

ALL'INTERNO

A Libera Brand Building la comunicazione crossmediale di Guardini

pag 3

Guardini si affida a Libera Brand Building

Libera Brand Building è stata selezionata da Guardini per realizzare un format di comunicazione crossmediale, che avrà il compito di alimentare la brand awareness e mettere in risalto la piattaforma valoriale dell'azienda. Guardini è leader nella produzione di stampi da forno; un brand conosciuto in tutto il mondo, che ha scritto la propria storia con passione, talento artigianale trasformato in capacità produttiva, ingegno creativo, continua ricerca e sperimentazione. "Essere scelti da un brand presente sul mercato da oltre 70 anni è un bel risultato per il nostro team - afferma **Roberto Botto**, Ceo & Founder del Gruppo Libera Brand Building -. L'obiettivo di comunicazione consiste nell'incrementare l'awareness e migliorare la percezione del brand facendo leva sui valori della marca: made in

Italy, passione per la cucina, affidabilità e accessibilità". L'attività di comunicazione ha come target le persone che amano cucinare e prendersi cura della casa e che, ogni tanto, preferirebbero alleggerirsi delle aspettative stereotipate che la società ha impo-

sto loro e poter vivere la cucina in maniera più leggera. **Bebit**, la digital agency del gruppo, si occuperà della strategia social sui canali Facebook e Instagram con l'obiettivo di consolidare i valori di marca e costruire la community attraverso format ingaggianti e coinvolgenti, sfruttando il concept principale della campagna atl. "Siamo molto orgogliosi del lavoro svolto insieme a Guardini, che abbraccia una filosofia di marca originale e accattivante - dichiara **Riccardo Barbazza**, Creative Director di Bebit -. Insieme porteremo sui canali social del brand una visione più calda, familiare e

coinvolgente del vivere la cucina ogni giorno". "Abbiamo scelto Libera Brand Building per questo nuovo progetto, per noi molto importante, di rilancio del marchio Guardini, perché il suo team di professionisti ha saputo cogliere, meglio di chiunque altro, l'essenza valoriale del brand, utilizzandola in maniera molto creativa e legandosi a concetti importanti del nostro tempo - dichiara **Elena Guardini**, Amministratore Delegato e Direttore Marketing di Guardini -. Crediamo che, grazie alla

spiccata specializzazione del team di lavoro, la collaborazione sarà assolutamente proficua e ci aiuterà a raggiungere obiettivi ambiziosi". "È con una visione innovativa della marca, che non dimentica i valori tradizionali che ci contraddistinguono, che si fonda la nuova strategia di comunicazione architettata con Libera Brand Building - di-

chiara **Nadia Bisio**, Communication Manager di Guardini -. I professionisti dell'agenzia ci seguiranno per una nuova avventura che vede protagonista il nostro marchio, in una nuova veste più originale e leggera. Saranno molteplici le attività e i fronti sui quali questa nuova strategia si svilupperà, per dare nuovo slancio a un marchio fra i maggiori player in Italia e nel mondo nel settore bakeware".



ROBERTO BOTTO