

## ALCE NERO torna on air con una nuova creatività

Anche un piccolo gesto quotidiano può essere rivoluzionario.  
Questo il fil rouge della nuova campagna pubblicitaria Alce Nero in cui la quotidianità è raccontata con un pizzico di ironia.

9 aprile 2018 - La nuova campagna **Alce Nero** arriva dopo un triennio ricco di attività di comunicazione, eventi, sviluppo di nuove gamme di prodotto e della rete distributiva che hanno portato Alce Nero ad essere **il primo marchio in termini di conoscenza spontanea di tutto il settore bio** (fonte: ricerca Nielsen 2018).

A partire dal mese di aprile la nuova creatività sarà al centro di una strategia di comunicazione integrata che include i mezzi tradizionali quali TV, stampa quotidiana e periodica di food e lifestyle oltre al web e ai social network.

*“Un nuovo registro linguistico connota la campagna – fa sapere **Chiara Marzaduri**, Responsabile comunicazione Alce Nero – **i protagonisti sono il prodotto e chi lo sceglie per i vari momenti di utilizzo che sono semplici, veri, quotidiani come lo sono i prodotti Alce Nero, ormai oltre 300. Il visual fresco si combina con ironia al copy che richiama i punti forza della nostra visione di biologico: un cibo vero, che includa i fruitori nella scelta di un prodotto organoletticamente buono, frutto di una storia che rispetta la terra e chi la lavora, che non dimentica mai che ciò che fa bene a noi fa bene al pianeta che ci ospita.**”*

*“Il concept della campagna trasmette un messaggio tanto forte quanto semplice – sottolinea il team di **Artefice Group**, agenzia di linguaggi di brand che ha curato la creatività e la produzione - **il mondo si cambia con le piccole scelte di ogni giorno. Il pathos dello spot tv diventa ironia nello svolgimento dell'azione: è questa la chiave di lettura; è il tono di voce ironico, appassionato ed il suo contrasto con un sottofondo musicale epico a rendere il messaggio interessante. Nella campagna stampa le persone e la headline catalizzano l'attenzione del lettore mettendo in evidenza il legame tra la semplicità di un gesto (mangiare) e l'importanza degli argomenti trattati (biodiversità, consumo sostenibile, impatto ambientale). È questo binomio evidente a rendere la campagna originale e memorabile e contestualmente a svelare il valore dell'agricoltura biologica praticata da Alce Nero.**”*

La nuova campagna pubblicitaria Alce Nero pone dunque al centro il fruitore che diventa protagonista, con le sue scelte, di un cambiamento che può partire dal basso: le persone oggi desiderano infatti sentirsi partecipi del cambiamento con le proprie scelte e per farlo hanno bisogno di instaurare **una relazione di fiducia con la marca**. Si tratta di una relazione che Alce Nero coltiva da sempre con autenticità. L'apprezzamento del pubblico parla chiaro: una ricerca a cura di Nielsen condotta a gennaio 2018 ha rilevato come le preferenze dei consumatori nel settore dei prodotti biologici e biodinamici siano sempre più orientate verso l'azienda bolognese.

Alce Nero è risultata l'azienda maggiormente citata – in maniera spontanea e come prima risposta – nelle domande relative alla conoscenza di prodotti e marchi biologici. Nel panorama competitivo del settore dell'alimentazione biologica, dunque, **Alce Nero risulta il brand con il miglior posizionamento per conoscenza Top of Mind e per conoscenza spontanea**, con una crescita del +4% negli ultimi 3 anni (dal 22% del 2015 al 26% del 2018).

Questa crescita è strettamente connessa alla capacità di Alce Nero di fidelizzare: aumenta infatti il numero di persone che, dopo aver conosciuto i prodotti dell'azienda, decide di provarli e in seguito anche riacquistarli. Un trend positivo motivato dalla positiva percezione del brand da parte degli intervistati: **la qualità, l'italianità e la specializzazione in campo biologico, unite all'innovazione** (elemento chiave dell'immagine del marchio maggiormente in crescita), concorrono al miglioramento dell'immagine complessiva dell'azienda.

## **Alce Nero**

**Alce Nero** è il marchio di oltre mille agricoltori e apicoltori biologici, impegnati, dagli anni '70, in Italia e nel mondo, nel produrre cibi buoni, sani e che nutrono bene. I prodotti biologici Alce Nero nascono da un'agricoltura che si fa custode della terra, rispettandone ogni componente, che sia vegetale, animale o umana. Nessun utilizzo di sostanze chimiche di sintesi come pesticidi ed erbicidi, scelta di terreni vocati, lavorazioni che esaltano le caratteristiche organolettiche e nutrizionali delle materie prime: questi i criteri che contraddistinguono il marchio Alce Nero. Al centro il sapere degli agricoltori, un patrimonio prezioso che si riflette in ogni ingrediente, dal pomodoro al miele, dal grano Senatore Cappelli con il suo stelo lungo, fino all'olio extravergine di oliva. Le quasi 300 referenze Alce Nero si possono acquistare in circa 30 paesi del mondo, in Europa, Asia, America e nel negozio online presente su: [www.alcenero.com](http://www.alcenero.com)

### **Ufficio stampa Alce Nero**

**MAGENTA bureau** | Corso Magenta 46 | Milano  
Elisa Zanotti | Mob 347 2441081 | [elisa.zanotti@magentabureau.it](mailto:elisa.zanotti@magentabureau.it)