



LA CAMPAGNA DIGITAL DEL PASTIFICIO DI CAMPOBASSO

Food: tra sogno e tenacia, da 5 dicembre nuovo spot della **Molisana** con Marcel Jacobs

02 DIC 2022



IL FOGLIO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

147054



Campobasso, 2 dic. (Labitalia) - Come si coltiva e concretizza un sogno? Mettendo insieme passione e ragione, ma anche coraggio, pazienza, sacrificio, rigore, resilienza, senso di responsabilità e di controllo. Ed è proprio dall'attenta analisi di questi valori, che vanno letti in maniera adattiva e quindi filtrati dal singolo, che nasce il nuovo spot della **Molisana**. On air dal prossimo 5 dicembre la campagna digital del pastificio di Campobasso accende i riflettori su una corsa, in una campagna brulla e ancora oscura della notte, che poi simbolicamente si ricompone, in un cromatismo di luce nuova, e focalizza la sua attenzione su un meraviglioso campo di grano color dell'oro. Il buio, che il codice comunicativo dello spot interpreta come sacrificio, impegno, costanza è finalmente alle spalle, il sipario si alza, la scena è pronta, l'obiettivo centrato.

A raggiungere la nuova alba, la realizzazione del sogno quindi, è Marcell Jacobs, 'Uomo-Faro' della **Molisana** che di traguardi ne ha collezionati tanti. Li ha inseguiti con perseveranza e determinazione, investendo su sé stesso, credendo fortemente in tutto quello che desiderava, superando ostacoli, cadendo e rialzandosi. Le 'medaglie' di Marcell, in senso metaforico, sono quei sogni che ogni ragazzo può raggiungere credendo sempre più nelle proprie energie, nel proprio talento, anche nelle proprie fragilità che, con il rovescio della medaglia, diventano opportunità.

"La **Molisana** rappresenta un brand che va ben oltre l'insieme dei suoi prodotti -afferma Rossella Ferro, titolare e direttore marketing- siamo un'azienda impegnata socialmente e soprattutto in questo momento storico così difficile vogliamo rivolgerci alle nuove generazioni. I ragazzi di oggi avvertono spesso un senso di smarrimento, di inadeguatezza, di ansia per il loro futuro". "Ecco, la 'Voce-Pensiero' di Jacobs è diretta proprio a loro, i nostri figli, i nostri giovani. Marcell vuole comunicare che al di là del talento più o meno spiccato, del destino o dell'agiatezza in cui si vive, i requisiti su cui le nuove generazioni possono e devono far leva sono la perseveranza, l'amore per quello che si fa, il coraggio, la dedizione, anche l'ostinazione", conclude. Il nuovo spot della **Molisana**, ideato dall'agenzia Saatchi & Saatchi con la strategia media di Zenith, sarà on air dal 5 dicembre sulle piattaforme digitali e dall'8 nei cinema di 850 città italiane.

I PIÙ LETTI DI ADNKRONOS

