



AGENZIE

A Libera Brand Building la gara atl e digital di Guardini

L'agenzia avrà il compito di realizzare un format per alimentare la brand awareness e mettere in risalto la piattaforma valoriale dell'azienda

di Caterina Varpi 01 febbraio 2019

Condividi questo articolo



Roberto Botto

Libera Brand Building è stata scelta, a seguito di una gara, da **Guardini** per realizzare un **format di comunicazione crossmediale**, che comprende **Atl e digital**, che avrà il compito di alimentare la brand awareness e mettere in risalto la piattaforma valoriale dell'azienda. Al momento sono previste una **campagna stampa e web**.

Guardini è attivo nella produzione di **stampi da forno** ed è un brand conosciuto in tutto il mondo.

«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 imposto 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 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».

«E' 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 – dichiara **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 ad un marchio fra i maggiori players in Italia e nel mondo nel settore bakeware».