

## **FRATELLI ORSERO CI METTE LA FIRMA**

*E lo fa con MRM, UM e The Family, partner di comunicazione.  
Al via dall'11 marzo la nuova campagna stampa, web, affissione e TV.*

Milano, 27 febbraio 2012 – GF Group - Gruppo europeo specializzato nell'importazione e distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi – si affida a **MRM**, la Digital Thinking Agency di McCann Worldgroup, per il lancio di **F.Ili Orsero**, nuovo brand di frutta extra premium.

MRM ha studiato una strategia di comunicazione per conferire un posizionamento distintivo al brand e, nello stesso tempo, presentare al consumatore l'azienda nella sua complessità, partendo dal momento della raccolta della frutta migliore, fino al trasporto via terra e via mare, che consentirà di avere i prodotti freschi sulla tavola di ogni famiglia.

Il concept creativo della campagna prende avvio proprio dal logo del brand, che raffigura il furgone F.Ili Orsero. Protagonista dello spot è un bambino che gioca con l'etichetta di un frutto attaccata al dito, come fosse un furgoncino giocattolo, e le fa compiere il viaggio ideale, dalle piantagioni fino alla tavola, a sottolineare il fatto che ananas e banane Orsero sono buoni come appena raccolti.

La campagna, sotto la Direzione Creativa Esecutiva di Alex Brunori, è realizzata da Edoardo Aliata (art), Paolo Maccarini (copy), Matteo Lanfranconi (Senior project manager) e Francesca Valente (TV producer). Lo spot, girato in Spagna a Palma de Maiorca, è prodotto da **The Family**, con la musica realizzata da THEMUSICBANK.

"Siamo molto felici di iniziare con i fratelli Orsero il loro nuovo viaggio, quello della comunicazione di un nuovo brand che saprà conquistare gli italiani con la qualità dei suoi prodotti, la passione per il proprio lavoro e una tradizione di famiglia unica" commenta **Alex Brunori, Executive Creative Director MRM, McCann, Momentum**.

"La narrazione racconta il viaggio che deve fare la frutta Orsero per arrivare sulle nostre tavole" – spiega il regista **Luca Lucini**. "Per questa ragione abbiamo cercato il tono giusto per raccontare questo viaggio affidandoci a un certo realismo della situazione con la mamma che offre una merenda al proprio figlio a base di frutta. Sono molto soddisfatto del risultato".

L'executive producer di **The Family**, **Lorenzo Ulivieri**, conclude: "Lavorare con la famiglia Orsero è stata un'esperienza estremamente positiva. Per la location abbiamo fatto uno scouting a Palma di Maiorca e abbiamo cercato una villa mediterranea con giardino che fosse riconoscibile come una casa italiana. Il protagonista si è comportato in maniera allegra e solare, ma al contempo si è fatto dirigere con estrema facilità".

La pianificazione per l'Italia e la Spagna è curata da **UM**, il centro media del Gruppo IPG guidato da **Gianfranco Piccolo**. Responsabili del progetto sono **Carlo Messori Roncaglia** e **Claudia Santambrogio**.

La campagna è già on air in affissione fino a fine aprile e sarà pianificata dall'11 marzo sui principali quotidiani e periodici nazionali e live sui più importanti websites di informazione e femminili, come [corriere.it](http://corriere.it), [repubblica.it](http://repubblica.it), [lastampa.it](http://lastampa.it), [gazzetta.it](http://gazzetta.it), [style.it](http://style.it) e [elle.it](http://elle.it). Prevista la TLP nel programma La Prova del Cuoco dal 27 febbraio al 3 marzo.

Lo spot sarà on air dall'11 marzo su reti Rai, Mediaset, La7, Sky e canali del digitale terrestre come Real Time, Rai Movie, BBC Knowledge e Discovery World e sulle principali emittenti locali.

***MRM WORLDWIDE** è un network internazionale leader mondiale nel Digital, CRM & Emerging Media, opera in 35 paesi nel mondo con 67 sedi, parte del Gruppo IPG. Presente in Italia dal 1999, MRM WORLDWIDE lavora per le più importanti società nazionali e internazionali, come Parmalat, General Motors, Famiglia Cristiana, Findus, Mastercard, Ely Lilly. Dalla visione strategica alla padronanza dei new media, dalla struttura tecnologica al linguaggio creativo, MRM accompagna le Marche verso una nuova definizione dei ruoli produttore-consumatore e verso la creazione di una relazione di fiducia tra loro, che possa durare nel tempo. Per informazioni [www.mrmworldwide.com](http://www.mrmworldwide.com)*