

Guido Franco Clamer

Grande debutto di Vigorplant in televisione

Nel 2011 Vigorplant debutterà in televisione con un massiccio investimento pubblicitario su tutte le principali reti televisive nazionali.

La campagna pubblicitaria sarà in assoluto la più importante del settore. Infatti, in Italia, nessuna azienda del settore ha mai fatto un investimento pubblicitario di simili dimensioni. La campagna pubblicitaria di Vigorplant si baserà prevalentemente sulle

Telepromozioni all'interno delle principali trasmissioni televisive tra cui il Milionario di Gerry Scotti, la Prova del Cuoco di Antonella Clerici, l'Eredità di Carlo Conti e molte altre ancora a ridosso dei programmi Tv più visti. Oltre alle telepromozioni è prevista anche una lunga serie di Spot televisivi.

Una scelta così importante, è stata fatta dall'azienda perché, consapevole dell'elevato stan-

dard di qualità dei propri terricci, ha sentito la necessità di far conoscere a tutti coloro che

acquistano piante e fiori quanto sia importante la scelta del terriccio sia durante la coltivazione delle piante che nella fase post vendita. Un terriccio sano, preparato con materiale di qualità e studiato appositamente per quel tipo di pianta è la migliore garanzia di una crescita sana e qualitativa delle piante.

Utilizzare terricci di qualità scadente solo perché costano poco equivale a mettere in pratica il famoso detto "chi meno spende più spende".

L'obiettivo ambizioso di portare al consumatore tutte le informazioni fondamentali per un acquisto consapevole, ha spinto l'azienda ad utilizzare le Telepromozioni, lo strumento televisivo pubblicitario attualmente più idoneo per poter spiegare le caratteristiche qualitative



Programmi con telepromozioni e spot dei prodotti Vigorplant

Canale 5		Rete 4	Rai 1	La 7
IL MILIONARIO	DOMENICA 5	CARABINIERI	LA PROVA DEL CUOCO	L'INFEDELE
CENTO VETRINE	POMERIGGIO 5	WOLFSS Un poliziotto a Berlino	L'EREDITA'	S.O.S. TATA
ASPETTANDO BEAUTIFUL	UOMINI E DONNE	COLOMBO	GEO & GEO	LE INVASIONI BARBARICHE
LO SHOW DEI RECORD	R.I.S. 5	CONTRO CAMPO		EFFETTO DOMINO
ZELIG	VERISSIMO	TEMPESTA D'AMORE		8 E MEZZO
		I BELLISSIMI DI RETE 4		IN ONDA
				TG LA7

dei prodotti.

Durante la campagna saranno presentate tutte le linee hobby di Vigorplant, ma la maggior attenzione sarà posta sulla nuova Linea "Il Mio Raccolto", sul terriccio "Completo" e sui terricci "Protettivo" e "Rigenerante".

Tutte le uscite televisive di Vigorplant saranno accompagnate dallo slogan "Germogliano Emozioni"; uno slogan che ben esprime l'effetto dei suoi prodotti sulle piante ma anche sulla nostra psiche, in quanto la cura del verde suscita emozioni e benessere psicologico.

Il debutto sui mezzi di comunicazione di massa dimostra la grande fiducia che l'azienda ha nei propri prodotti. Vigorplant è consapevole

di poter mantenere la promessa di altissima qualità; e per questo è disposta a mettere in ballo la propria reputazione. L'ingresso in Tv fa seguito all'inaugurazione dei nuovi piazzali di stoccaggio delle materie prime e dei prodotti finiti, di carico e scarico merci, che hanno portato l'azienda ad essere tra le prime nel mondo e la prima in Italia.

La consistenza di questo investimento pubblicitario, unitamente agli investimenti in Ricerca e Sviluppo, alla cura della qualità dei prodotti e del servizio al cliente contraddistinguono oggi l'azienda a tutti i livelli e la rendono un vero punto di riferimento nel mercato mondiale dei terricci.