



On air la prima campagna TV Sojasun

Da domenica 18 ottobre per quattro settimane è in onda lo spot del marchio francese SOJASUN, firmato dall'agenzia Life, Longari & Loman

Fidenza, 19 ottobre 2015 - Da domenica 18 ottobre è on air sulla TV generalista, il digitale terrestre pay e le emittenti satellitari, **la prima campagna TV di Sojasun**, noto brand di Triballat Noyal, azienda leader in Francia nel segmento dell'alimentazione vegetale e uno tra i principali player del settore in Italia.

A firmare lo spot e la pianificazione media è **Life, Longari & Loman**, partner dell'azienda francese dal 2013, scelta per affiancare il brand in un articolato progetto di comunicazione a 360°.

La campagna è articolata in **due differenti soggetti, in rappresentanza dell'ampia proposta di prodotti vegetali offerti dal brand**: il primo dedicato alla gamma delle alternative vegetali allo yogurt, i dessert freschi e i drink alla soia e ha come protagonista uno dei prodotti di punta, **Sojasun Bifidus Naturale**; mentre il secondo soggetto punta sui piatti pronti e i burger di soia, in particolare mette in primo piano **la ricetta classica dei burger**.

"Mangia vegetale, vivi positivo" è il **claim dell'ADV**. La campagna ha come protagonista una donna moderna e dinamica che sceglie per la propria famiglia un'alimentazione sana, equilibrata e gustosa, senza rinunciare al piacere della buona tavola, grazie ai prodotti Sojasun. Tutti i prodotti del brand sono infatti semplici, naturali e ricchi di fibre e proteine, rigorosamente no OGM.

La campagna sarà pianificata sulla TV generalista, il digitale terrestre pay e le emittenti satellitari, con spot della durata di 15" per 4 settimane.

La campagna ADV Sojasun è solo una parte dell'articolato progetto di comunicazione intrapreso nel 2013 insieme all'agenzia Life, Longari & Loman, che include strategia di marca, strategia e pianificazione media, strategia e gestione della comunicazione digital e social, creatività BTL, instore promotion e ufficio stampa.

In concomitanza con la campagna TV, Sojasun, già food partner ufficiale del Padiglione Francia per tutta la durata di **Expo 2015**, sarà presente **con uno spazio dedicato, all'interno del Padiglione Francese: un percorso sensoriale che racconta ai visitatori il ciclo di vita della soia**, dai metodi di coltivazione nelle piantagioni francesi sino alla lavorazione del prodotto, che arriva sulle nostre tavole ogni giorno.

Sojasun è food partner del Padiglione Francia a Expo 2015.



Triballat Italia è la filiale italiana della francese Triballat Noyal, storica azienda francese di Noyal-sur-Vilaine fondata nel 1951 e tuttora gestita dalla terza generazione familiare. Forte del grande



successo del marchio Sojasun in Francia, nel 2000 nasce Triballat Italia con sede a Fidenza (Parma). I valori sui quali da sempre si fonda la società sono il rispetto della tradizione con l'attenzione per l'innovazione e la gestione etica. Triballat Noyal sostiene il principio di sviluppo sostenibile in tutti i campi possibili: economico, sociale e ambientale. L'azienda adotta imballaggi ecologici e impiega energie rinnovabili per gli impianti produttivi. La maggior parte dei mezzi di trasporto utilizzati sono elettrici e, anche nella scelta dei fornitori, Triballat seleziona esclusivamente aziende che condividono il valore del rispetto dell'ambiente e della naturalità del sistema produttivo. Oltre al brand Sojasun, Triballat è presente in Italia con i marchi Sojade, specializzato in dessert e bevande vegetali biologici, IntergrAlimenti, linea di prodotti a base di proteine vegetali ideata per coloro che scelgono un'alimentazione vegana. <http://www.triballat.fr/>