



Nuovi investimenti in comunicazione per Sojasun

Il noto brand internazionale di prodotti vegetali è on air in radio e sui principali periodici

Fidenza, 21 febbraio 2018 – Sojasun inizia il 2018 con un **nuovo piano di investimenti in comunicazione**: da domenica 18 febbraio, infatti, è **on air - per la prima volta - in radio**, lo spot del brand internazionale di prodotti vegetali, con passaggi da 15' e citazioni di prodotto all'interno dei principali programmi radiofonici nazionali. L'ADV è stata ampiamente pianificata anche **sulle principali testate femminili e dedicate alla cucina e alla famiglia**. In aggiunta, sulla free press, Sojasun realizzerà un coupon spillato con un codice sconto per l'acquisto di una confezione di burger a scelta.

Protagonista assoluto dell'intera campagna la nuova gamma di burger vegetali Sojasun, rivista quest'anno con quattro gustose ricettazioni, che richiamano la tradizione italiana: *Sojasun Burger Taccole e Piselli, Sojasun Burger Asparagi, Sojasun Burger Classico, Sojasun Burger Pomodoro e Olive*.

Inoltre, Sojasun ha in programma diversi progetti specifici sul campo, volti ad entrare in contatto diretto con il suo target: a marzo, a Milano, tre stazioni di bikesharing e 600 biciclette saranno totalmente brandizzate Sojasun.

È in previsione, infine, **un'attività di sampling nelle principali gallerie del nord Italia** volta ad avvicinare il consumatore attraverso la degustazione del prodotto: per Sojasun l'assaggio rappresenta un'occasione unica per raccontare i plus dell'azienda, in particolare, in termini di gusto e qualità dei prodotti.

A completamento del piano di comunicazione, Sojasun il 25 febbraio sarà – per il terzo anno consecutivo - **main sponsor della Sojasun Verdi Marathon**, una competizione podistica internazionale che richiama oltre 2.500 atleti dall'Italia e dall'estero ogni anno.

Scopri il mondo Sojasun su:



Triballat Italia è la filiale italiana della francese Triballat Noyal, storica azienda francese di Noyal-sur-Vilaine specializzata nei prodotti lattieri caseari e negli alimenti di origine vegetale come Sojasun. Oggi la missione della



terza generazione della famiglia Triballat è quella di nutrire in modo sano, gestendo e controllando tutta la filiera alimentare che va dalla terra al piatto. Per raggiungere quest'obiettivo, l'azienda si concentra sulla costante ricerca della qualità e dell'innovazione senza mai dimenticare i valori della tradizione. Forte del grande successo del marchio Sojasun in Francia, nel 2000 nasce Triballat Italia con sede a Fidenza (Parma). Triballat Noyal sostiene il principio di sviluppo sostenibile in tutti i campi possibili: economico, sociale e ambientale. L'azienda adotta imballaggi ecologici e soluzioni di risparmio energetico impiegando energie rinnovabili o alternative ai combustibili fossili utilizzando ad esempio biocarburanti o tecnologie ibride. 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/>