



Pastifici

Il marchio **Felicia** di ANDRIANI punta sull'emotività nella campagna pubblicitaria televisiva

In onda dal 15 novembre scorso, la pasta gluten free **Felicia** – prodotta da Andriani – è protagonista di un piano di comunicazione sull'emittente televisiva Sky con uno spot che punta tutto sull'emotività, per trasportare lo spettatore in un'atmosfera estremamente coinvolgente e naturale. La campagna di comunicazione TV di **Felicia**, marchio di riferimento nel settore innovation food, prevede un totale di 1004 passaggi *in flight* da 10" e 30" in *prime time* sui principali canali Sky e su Gambero Rosso Channel.

Lo spot svela passo dopo passo la "ricetta della felicità" a base di pasta **Felicia**, realizzata miscelando gli ingredienti fondamentali che ci consentono di vivere bene: energia, allegria, passione, sorrisi, natura e benessere quanto basta. Il filmato si sviluppa attraverso immagini fortemente emozionali che riprendono frammenti di vita quotidiana, riprese caratterizzate da *close up* e dettagli che illustrano le fasi della ricetta narrate da un *voice over* caldo e rassicurante in un gioco che magicamente prende vita tra

le varie fasi della preparazione. Il messaggio finale è che la felicità è nel sorriso di chi sa apprezzare la ricetta perfetta, un momento di intenso piacere e convivialità. Chiude lo spot il *pay off* semplice e chiaro che accompagnerà tutta la comunicazione del brand: "**Felicia**, piacere puro, gusto naturale".

Il concept dello spot che nasce da un'idea di Maggipinto Agency con la direzione creativa di Giovanni Maggipinto è girato dallo studio di post produzione Film Found Family produzioni cinematografiche con la regia di Andrea Ferrante e Vito Caggianelli.

«Oggi **Felicia** rappresenta uno dei più ampi assortimenti sul mercato di pasta senza glutine, nonché un ventaglio unico di ricette in termini di qualità e varietà – dichiara Francesco Andriani, direttore commerciale di Andriani –. Abbiamo scelto di comunicare l'unicità e l'alta qualità delle nostre linee di pasta bio, vegan e gluten free con uno spot che ne sottolineasse l'attenzione al benessere nel rispetto della natura».



L'alluvione del 2015 apre un buco di 45 milioni nel bilancio di RUMMO

Il Pastificio Rummo chiude l'esercizio 2015 con una maxi perdita, forse superiore alle attese. Il buco è di 44,6 milioni su 83 milioni di fatturato (-2,5%) e una situazione finanziaria drammatica. In buona parte dovuto all'alluvione che ha colpito lo stabilimento di Ponte Valentino un anno fa, compromettendone la funzionalità per 8 mesi.

Perdite a catinelle

I danni dell'alluvione ammontano, secondo l'azienda, a 37 milioni ma la compagnia assicurativa ne ha rimborsati 19,5 milioni per il ripristino dei macchinari. La paralisi della produzione e il lento riavvio (appoggiandosi a produttori esterni) hanno fatto saltare tutte le compatibilità economiche. Per esempio i costi per servizi sono saliti da 10 a 17 milioni mentre i componenti straordinari (i danni materiali) sono improvvisamente balzati da 220mila euro a 30 milioni. Benzina su una situazione peggiorata che vedeva nel 2014 debiti verso banche per 50 milioni (51 nel 2015) e debiti verso fornitori per 24,2 milioni (20,7).

Lotta ad armi pari

«La situazione era allineata ai migliori player del settore – osserva Antonio Rummo, direttore commerciale estero –

che con 8 milioni di Ebitda ci permetteva di competere con successo. Certo lavorare con le private label comporta margini molto risicati ma stiamo spingendo moltissimo sul brand Rummo: quest'anno cresce del 40% in Italia e del 30% all'estero».

La scorsa estate l'azienda ha chiesto la protezione del tribunale di Benevento per puntare a un accordo di ristrutturazione del debito o, in subordine, all'ammissione alla procedura di concordato preventivo in continuità. Il tribunale di Benevento ha concesso all'azienda 120 giorni di tempo (scadenti a metà dicembre) per decidere quale strada intraprendere e presentare un quadro aggiornato economico-finanziario, l'elenco dei creditori e un piano industriale. Per la prima ipotesi, secondo la legge fallimentare, serve l'assenso del 60% dei crediti e oggi l'80% del debito Rummo fa capo alle banche. «Stiamo dialogando con i creditori su entrambi gli scenari – conferma Rummo – tenendo presente che potremo eventualmente chiedere al Tribunale ulteriori 60 giorni». Oggi «abbiamo un limite obiettivo allo sviluppo dei volumi – conclude Rummo –. Con le linee di produzione acquistate arriviamo al 70% della capacità di un tempo, ma produciamo sempre di più pasta di fascia premium e super-premium, quella del salutistico».

Emanuele Scarci