

-segue-



PARTE LA NUOVA PROMOZIONE BONDUELLE. OBIETTIVI: SELL OUT, ENGAGEMENT, VIRALITÀ E FIDELIZZAZIONE

L'eCouponing per l'ingrediente "top" di tutte le estati: è il mais

SARÀ ON AIR PER UN MESE, FINO AL 1° LUGLIO. L'OPERAZIONE PREVEDE L'EROGAZIONE DI UN BUONO SCONTO DA 0,50 CENTESIMI PER LA CONFEZIONE DA 3 SCATOLETTE DA 150 GRAMMI

DI PIETRO CASTAGNA

Parte il 1° giugno la nuova promozione Bonduelle dedicata al mais, l'ingrediente "top" dell'estate. Obiettivi: sell out, engagement, viralità e, soprattutto, fidelizzazione. Per raggiungerli, Bonduelle ha scelto di lanciare una campagna di buoni sconto digitali attraverso il Coupon Network di **Kiwari**, *first mover* dell'eCouponing in Italia. On air per un mese fino al prossimo 1° luglio, la promozione prevede l'eroga-

zione di un buono sconto da 0,50 centesimi per la confezione da tre scatolette di mais da 150 grammi l'una. «La campagna sviluppata da Bonduelle dimostra come il nostro Coupon Network rappresenti un innovativo sistema di customer acquisition e un'occasione per fare branding, ma anche un valido strumento per supportare il sell out stagionale come nel caso del mais durante l'estate - commenta Marco Rivosecchi, presiden-

te di **Kiwari** -. La flessibilità della nostra piattaforma, infatti, permette ai brand e alle insegne di impostare strategie commerciali e di marketing plasmate ad hoc in base alle specifiche esigenze». «Abbiamo inserito l'eCouponing all'interno del marketing mix studiato per il nostro mais con l'obiettivo di rendere sempre più accessibile il gusto e la qualità Bonduelle ai consumatori - dichiara Lavina Dell'Orto, product manager divisione conser-

ve e surgelati di Bonduelle -. Sicuramente uno strumento di fidelizzazione, dunque, ma anche una re-



-segue-

ale opportunità per acquisire nuovi clienti, raggiungendoli attraverso la rete di siti, portali e blog del Coupon Network **Kiwari**, caratterizzato da un'ottima visibilità e da un elevato traffico di utenti unici altamente targettizzati. Un modello innovativo di distribuzione che permette di raggiungere milioni di lead profilati». Gestiti in completa sicurezza e con il massimo controllo attraverso la piattaforma proprietaria BuonMercato e il portale Sconty.it, gli eCoupon Bonduelle verranno distribuiti da tutto il Coupon Network **Kiwari**. Oltre alle consolidate collaborazioni con Risparmiosuper.it, Scontomaggio.com e Alfemminile.com, il più importante network italiano dedicato ai buoni sconti digitali stampabili è ulteriormente potenziato con la nuova partnership siglata con dimmicosacerchi.it.



IL FONDATORE LOUISE BONDUELLE

WHO'S WHO: BREVE PROFILO DI KIWARI

Kiwari è una società italiana, con sedi a Milano, Londra e Madrid, leader dal 2000 nello sviluppo e fornitura di piattaforme per il digital marketing e vanta un'esperienza senza paragoni nella fornitura di strumenti e servizi di email, couponing, business intelligence e Crm in un'ottica evoluta di profilazione e conoscenza della customer base volta ad arricchire il dialogo con clienti e prospect. Dal 2004 **Kiwari** è leader in Italia nell'eCouponing, innovativo canale di distribuzione di buoni sconto digitali stampabili direttamente dai consumatori, gestito attraverso la piattaforma proprietaria BuonMercato. In questi anni **Kiwari** ha distribuito decine di milioni di eCoupon per grandi aziende e catene della Gdo. Nel dicembre del 2013 ha dato vita al più importante network italiano dedicato ai buoni sconto digitali stampabili, che partendo dal portale Sconty.it si estende una rete di siti partner ad alto traffico.

I BENEFICI DELLE VERDURE COME MISSION

Azienda familiare creata nel 1853, Bonduelle è oggi leader mondiale delle verdure. Privilegiando innovazione e visione a lungo termine, il Gruppo si caratterizza per la diversificazione tecnologica e geografica; le sue verdure, coltivate su più di 115.000 ettari, sono commercializzate in 100 paesi, con varie marche, in tutti i canali di distribuzione e in tutte le tecnologie: conserva, surgelato, pastorizzato, disidratato e fresco pronto al consumo. Bonduelle è un'azienda responsabile e riconosciuta per la sua specifica mission: rendere accessibile al più gran numero possibile di famiglie e individui i benefici di un'alimentazione nella quale le verdure ricoprono un ruolo fondamentale. Bonduelle nasce, come detto, nel 1853 quando Louis Bonduelle e Louis Lesaffre creano una distilleria di cereali e di ginepro a Lille. Nel 1926 l'azienda agricola situata a Voestyne comincia la coltivazione di piselli e sono destinati all'inscatolamento. Nel 1957 l'azienda decide di inscatolare piselli e carote e nel 1968 si inizia a produrre anche verdure. Poi, nel 1980 Bonduelle acquista Marie-Thumas, azienda belga conserviera di verdure. Si diffonde in Italia, Germania e Belgio. In Italia Bonduelle produce nei suoi stabilimenti di Battipaglia, in Campania, e San Paolo d'Argon, in Lombardia. A giugno del 2013, ultimo dato disponibile, i collaboratori del gruppo sono più di 15 mila, di cui 450 in Italia.