



## UNA SPESA DA 1000 LIKE PER PENNY E KATIA FOLLESA

*Dal 21 aprile in onda il nuovo spot*

Cernusco Sul Naviglio – 21 aprile 2023

La relazione tra PENNY Italia e l'artista Katia Follesa si consolida e cresce. È il quarto anno in cui la testimonial rappresenta e condivide i valori del brand e le ricerche di mercato confermano con forza l'efficacia, la memorabilità, e la grande aderenza del personaggio Follesa ai principi fondanti di PENNY.

Il 2023 vede quindi riconfermata una squadra di successo formata dall'agenzia The Beef, dal team produttivo RTI guidato da Publitalia e, per l'appunto dall'Ambassador PENNY. È proprio l'accurato lavoro di analisi strategica e lo sviluppo di un approccio creativo originale e distintivo messo a terra da questa squadra di eccellenza a raccogliere successi di pubblico e di mercato.

Nella campagna 2023 il plot è ispirato alla realtà di un fenomeno social che testimonia (è proprio il caso di dirlo) il legame che PENNY ha saputo stabilire con la propria clientela. Sono, infatti, numerosissimi i clienti PENNY che ogni giorno scelgono spontaneamente di condividere con i propri "followers" l'esperienza appagante che ogni consumatore può vivere in ciascun punto vendita PENNY. Il contemporaneo mondo dei tutorial dedicati alla "Spesa da PENNY" e gli intriganti video autoprodotti de lo "Svuota la spesa PENNY", sono così diventati la base concettuale attraverso la quale sviluppare i nuovi soggetti di un progetto di comunicazione sempre attento alla realtà del proprio target di riferimento.

La spesa ha un ruolo cruciale nell'economia delle famiglie italiane. I consumatori italiani si confermano, infatti, tra i più esigenti in Europa: la loro attenzione alla qualità e alla bontà dei prodotti, alla scelta, al servizio, alla freschezza, è massima. E tutto questo senza mai dimenticare la convenienza! Ed ecco che Katia Follesa nella sua divertente interpretazione in cui rappresenta i vari approcci alla spesa, dà vita ad un episodio memorabile! Una Katia Follesa in chiave decisamente "social" riscopre – e condivide istante per istante con i propri followers – le meraviglie de "La spesa da 1000 like!", ovvero di una spesa da PENNY sempre di alta qualità, freschezza e comodità, nel massimo della economicità! Nell'episodio viene naturalmente coinvolto anche il personale PENNY, che da sempre si distingue per la sollecitudine e attenzione al cliente, e viene messa in evidenza anche la PENNYCard digitale, strumento ideale per ricevere sconti, collezionare punti e godere dei tanti vantaggi PENNY.

Dal 26 aprile lo spot sarà visibile anche attraverso il sito [www.penny.it](http://www.penny.it) mentre il piano di lancio ufficiale della nuova campagna sarà declinato, con tempistiche differenti, sui media offline, canali TV e Radio, online, social e digital media, sulla comunicazione InStore e volantini.

*"Katia Follesa e PENNY - ci racconta Bruno Bianchini, direttore Marketing Strategico dell'Azienda - dimostrano intesa, innovazione e capacità di trasmettere i valori che li caratterizzano; la nostra testimonial è parte della famiglia PENNY Italia ormai da 4 anni, vive il set e recita con le nostre persone, con impegno e professionalità non fa mancare mai il suo contributo artistico - e una buona dose di divertimento - che rendono 'unici' i nostri spot. PENNY è lo store del momento che arriva con semplicità e responsabilità ai propri clienti, grazie alla qualità e alla convenienza dei propri prodotti".*



Per la parte creativa il team The Beef, coordinato da Paola Spasaro con la direzione creativa dell'art director Remo Bonaguro, ha ideato e declinato il plot in due briosi episodi da 30" e in un long video da 60".

La produzione è stata affidata a RTI società del gruppo Mediaset, con shooting presso il punto vendita PENNY di Gorgonzola. Il team produttivo, guidato da Publitalia, è stato costituito da:

Regia: Chris Myhre;

DOP: Umberto Ottaviani

Creative Account: Sonia Pellegrini

Commercial Producer: Samuela Pasqualini

Postproduzione: Videozone – Simone Battistello

#### **PENNY Italia**

PENNY, discount alimentare del gruppo REWE, è uno dei gruppi commerciali leader sul mercato tedesco ed europeo nel settore della Grande Distribuzione Organizzata. In Italia, l'insegna nasce nel 1994 e segna un momento di straordinario cambiamento nel mondo del discount italiano, dando inizio al rinnovo del settore grazie alla nuova formula "assortimento di qualità, marca e prezzi bassi". A livello nazionale, è presente sul territorio con oltre 420 punti vendita distribuiti nelle principali regioni d'Italia ed è attualmente in forte crescita, con fatturato per metro quadro superiore alla media di categoria. A livello internazionale, è presente con successo anche in Austria, Germania, Repubblica Ceca, Ungheria, Romania. Obiettivo principale del gruppo è la soddisfazione dei clienti, ai quali garantisce non solo un'ampia scelta di prodotti di qualità a prezzi concorrenziali, ma anche punti vendita accoglienti e confortevoli, per una spesa facile e veloce. Le linee di prodotti a marchio privato PENNY Italia valorizzano il territorio, i regionalismi ed il made-in-italy. L'azienda, con i suoi oltre 4602 dipendenti, di cui donne sono il 62%, porta avanti da anni concrete iniziative di sostenibilità in ambito sociale, nella lotta allo spreco alimentare e nella tutela dell'ambiente. Per ulteriori informazioni: [www.penny.it](http://www.penny.it)

#### **REWE Group**

Nel 1927, 17 cooperative d'acquisto unirono le loro forze e fondarono la "Revisionsverband der Westkaufgenossenschaften" - o in breve REWE - con l'obiettivo di organizzare collettivamente l'acquisto di cibo. Oggi la cooperativa ha una presenza internazionale e gode di successo sia nel settore della vendita al dettaglio che nel turismo. Come cooperativa con una storia che risale a più di 90 anni, comprendiamo la nostra responsabilità ecologica e sociale nei confronti delle generazioni future. Ci impegniamo a salvaguardare un futuro sostenibile. Il gruppo REWE è leader del commercio e del turismo in Germania e in Europa. Impiega oggi oltre 384.000 dipendenti e ha chiuso il 2024 con un fatturato di oltre 84,8 miliardi di euro, con quasi 16.000 tra punti vendite e agenzie in tutto il mondo. Le sue linee di vendita comprendono anche supermercati e negozi di beni di consumo gestiti dai marchi REWE, REWE CENTER, REWE CITY, BILLA, dai negozi di toom DIY e, naturalmente, del discount PENNY. Per ulteriori informazioni: <https://www.rewe-group.com/en/>

#### **THE BEEF**

The Beef è una agenzia di comunicazione adeguata ai tempi, che richiedono concretezza, modularità di servizio e velocità.

La caratteristica principale è quella di collaborare con creativi freelance che seleziona all'interno del suo network a seconda delle caratteristiche del cliente, del target e del mezzo da utilizzare. Questa prerogativa permette una costante freschezza creativa e una specializzazione massima.

#### **PUBLITALIA**

Publitalia '80 è la concessionaria di pubblicità delle reti televisive – free on air – del Gruppo Mediaset ed occupa una posizione di forte e consolidata leadership nel mercato nazionale e attraverso la sua controllata Publieurope nel mercato europeo.

Publitalia '80 è in grado di fornire ai propri clienti il miglior contributo alla definizione di strategie e piani di comunicazione pubblicitaria: in particolare presidia tutta la filiera della video comunicazione, articolando la propria offerta dai formati tabellari standard ai formati speciali unconventional fino alla progettazione di iniziative di branded content e brand solutions.

**Marcello Caldarella** | Corp. Communications Management | Penny Italia: [mcaldarella@penny.it](mailto:mcaldarella@penny.it) | +39 366 6270344 | +39 02 92724309

**Fabio Valli** | ADNKRONOS Comunicazione: [Fabio.valli@adnkronos.com](mailto:Fabio.valli@adnkronos.com) | +39 02 76366 45 | +39 344 1281966