



KATIA FOLLESA è testimonial di PENNY Market Italia

Semplice e popolare, la comica rappresenta i valori del brand

È stato un colpo di fulmine quello tra PENNY Market e Katia Follesa.

“Nella ricerca di un **testimonial**, di qualcuno che sapesse rappresentare i **valori della nostra azienda**, quali la **semplicità**, l’essere **vicino all’italianità** e la **qualità**, quello con Katia è stato un **incontro illuminante**; non solo la **talentuosa attrice e comica** ma anche e soprattutto **la persona** ha saputo raccontare a PENNY un **approccio al business passionale e soprattutto “umano”**; lo stesso approccio che l’azienda porta avanti da **26 anni nel nostro paese**” – così parla dell’accordo il **CEO di PENNY Market**, Nicola Pierdomenico.

“Conoscevo già PENNY Market da cliente, e mi è subito piaciuta la possibilità di diventarne **la testimonial**; mi sono venute in mente da subito **diverse idee** e ho voluto, come sempre, partecipare **in modo attivo** anche alla **parte creativa**. Il lavoro fatto insieme alle **persone di PENNY**, le ore trascorse nei **punti vendita**, per la creazione di tutto il materiale mi ha permesso di far parte in qualche modo della famiglia PENNY, un team straordinario, genuino e assolutamente divertente. È stato un lavoro di squadra straordinario con PENNY ma anche con le agenzie e la produzione coinvolte e voglio personalmente ringraziare tutti coloro che hanno reso possibile questo progetto incredibile; il risultato è di certo dovuto alla competenza e la professionalità di tutti” – **Katia Follesa**.

PENNY vuole farsi rappresentare sui **canali TV, Radio** e sulla **comunicazione InStore** per l’essenza della sua **esperienza di spesa**. Un **ambiente semplice**, giovane, informale - a tratti autoironico -, rivolto alle **famiglie italiane** e che valorizza da sempre il **made-in-italy** con più del 70% di **prodotti del nostro territorio**.

L’artista, della scuderia dell’**agenzia Notoria Lab**, si è dimostrata l’interprete perfetta; l’ambasciatrice di genuinità e semplicità, caratteristiche intrinseche del **canale discount**.

Il **concept della campagna** è dell’agenzia **The Beef** a cui PENNY Market ha affidato quello che si è dimostrato un accurato lavoro di **analisi strategica** e di **creazione di un approccio creativo originale e distinto**. L’agenzia di Paolo Spadacini e Paola Spasaro si è posta l’obiettivo, centrandolo appieno, di generare un **sentiment positivo**, piacevole, empatico, legato al **momento della spesa presso PENNY**, ponendo l’accento su **freschezza, semplicità d’esperienza, risparmio e italianità dei prodotti**. Per trasmettere questi **valori reali e consistenti** è stato creato un plot in grado di comunicare in tono friendly, **divertente e ironico**, l’esperienza appagante che ogni consumatore può vivere in ciascun dei quasi **400 punti vendita del brand**.

Quando si tratta di scegliere cosa acquistare infatti – questa la story dello spot - ciascuno di noi diventa incontentabile: siamo assaliti da pignolerie o indecisioni, cerchiamo di far coincidere il desiderio di avere **il meglio in fatto di qualità, freschezza, origine dei prodotti**, con l’esigenza di una certa **praticità e comodità**, evitando perdite di tempo inutili; e di risparmiare, naturalmente. Insomma, è come se al momento della spesa ci sdoppiassimo, o addirittura **triplicassimo, in tanti noi stessi**, ciascuno dei quali però trova soddisfazione grazie all’offerta PENNY Market. Ecco l’idea che la The Beef ha affidato alla **brillante interpretazione di Katia Follesa** declinando il plot sia sui **tagli classici dello spot Tv 30” e 15”**, digital 10”, che con comunicati radio e coinvolgenti **Long Video 60”** veicolati **in esclusiva su tutte le reti Mediaset**.

Lo spot ideato dall’**Art Director Remo Bonaguro** e dal **Copywriter Antonio Briguori**, è stato **diretto da Chris Myhre**; i video sono una **produzione RTI per Creativity Media Factory** (Publitalia), società del gruppo **Mediaset**.

Una **campagna di comunicazione** a 360 gradi, **offline e SoMe**, anche sul **profilo IG dell’artista**. Il piano prevede naturalmente la **messa in onda dello spot in TV**, sui canali del gruppo **Mediaset**, con un primo flight di 3 settimane del **long video di 60”**, dal **31 maggio** al 6 giugno; dal 7 al 13 giugno e poi dal 21 al 27, sarà la versione da 30” a entrare nelle case degli italiani. Non sono esclusi **ulteriori flight durante** e dopo l’estate.

Sul digitale saranno le piattaforme **SKY, RAI, MEDIAMOND e DISCOVERY** a garantire visibilità ai contenuti dello spot. La **radio**, il canale preferito da PENNY, farà ascoltare la **versione audio dello spot per i prossimi 12 mesi**. Diverse saranno le **emittenti nazionali** e locali coinvolte (concessionarie Manzoni, Mediamond e Advertising) come **RDS, RISMI, Radio 105, Radio DJ, Radio Capital, Virgin Radio, Norba, Margherita, Discoradio e ovviamente R101** in cui la Follesa è già di casa. **PENNY FM**, la radio InStore che raggiunge tutti i punti vendita PENNY sul territorio nazionale, trasmetterà oltre allo spot anche **interviste e approfondimenti** su questa **collaborazione tra l’artista ed il brand**.

Così italiana e così vicina alla gente, Katia sarà di fatto anche madrina morale della campagna **“Abbracciamo le imprese Italiane”**, il progetto di **responsabilità sociale** di PENNY Market a **sostegno della ripartenza delle piccole e medie imprese italiane** maggiormente colpite da queste difficili settimane di emergenza COVID-19. PENNY Market è **vicina al territorio** e sente forte l’impegno di **contribuire anche alla ripresa economica** delle regioni in cui opera, partendo dalle piccole **eccellenze Italiane** che hanno fatto grande il nostro paese a cui PENNY Market vuole **garantire l’opportunità d’accesso** ai canali tipici della grande distribuzione organizzata (<https://www.pennymarket.it/pagina/abbracciamo-impresa-italiana>).



KATIA FOLLESA

Katiuscia Follesa, in arte Katia, è figlia di un cagliaritano che negli anni 70 si è trasferito per lavoro a Giussano, dove nel 1976 è nata lei. Nel 2001 forma insieme a Valeria Graci il duo comico Katia & Valeria che, dopo un periodo di gavetta tra cabaret e laboratori, approda in televisione e in particolare a Italia 1 (Bigodini, Colorado Café), ma anche a Rai 2 e MTV. Nel 2004 il duo fa parte del cast di Zelig off e Zelig Circus (Canale 5). Nel 2007 Katia e Valeria fanno parte del cast del programma Scherzi a parte, condotto da Claudio Amendola, Valeria Marini e Cristina Chiabotto su Canale 5. Nel 2008 il duo gira tre brevi spot come testimonial per Smemoranda. In seguito Katia recita nella sit-com Buona la prima! al fianco di Ale e Franz Dal 6 gennaio 2010 conduce Salsa rosa, programma del mattino di Sky Italia, canale Comedy Central. Sempre nel 2010 Katia entra a far parte del quiz di Italia 1 Trasformat nel ruolo di "valletta-comica" di Enrico Papi. Appare in Ale e Franz Sketch Show (2010). A partire da febbraio 2011 ritorna con Valeria nella trasmissione Zelig. Sempre nel 2011 recita nel film Vacanze di Natale a Cortina insieme a Christian De Sica e Sabrina Ferilli. Collabora anche col comico Maccio Capatonda nel programma televisivo in onda su LA7 Ma anche no. Nel periodo 2011-2012 interpreta alcuni spot per il formaggio Philadelphia. Appare anche in alcuni sketch della sitcom A&F - Ale e Franz Show. Nel febbraio 2012 il duo Katia & Valeria si scioglie. Dal settembre dello stesso anno Katia conduce il programma televisivo Zelig Off con Davide Paniate. Nel 2012 appare nel film Benvenuti al Nord. In alcune puntate del 2013 è giudice di Cuochi e fiamme. Nel 2014 Katia è la protagonista della sitcom Uno di troppo con Angelo Pisani in onda su Super!. A partire dal 20 ottobre 2014 conduce su Rai 2 il programma di seconda serata Quanto manca, affiancata da Nicola Savino e Rocco Tanica. Nella serie animata di produzione Nickelodeon A casa dei Loud ha prestato la voce alla sig.ra Loud la madre di Lincoln e le sue sorelle. Nel 2016 diventa ospite fisso della prima stagione di Bring the Noise, al quale prende parte anche per la seconda stagione. Nel 2017 a otto anni di distanza, viene prodotta la quarta stagione di Buona la prima! e Katia è tra i protagonisti. Dal 22 dicembre prende il posto di Benedetta Parodi nella conduzione di Junior Bake Off Italia. Dal 17 gennaio 2018, assieme a Ivana Mrázová, affianca Nicola Savino alla conduzione del nuovo programma di Italia 1 90 Special. Dal 2 Febbraio al 23 Marzo 2018 con Damiano Carrara è alla guida di Cake star - Pasticcerie in sfida su Real Time. Da Settembre 2018 diventa speaker di R101. dove conduce un programma insieme ad Alvin. Da Settembre 2018 conduce Big Show assieme ad Andrea Pucci in prima serata su Italia 1; sempre 2018 fa parte del cast fisso di 90 Special, condotto da Nicola Savino (Italia 1) e nel 2019 fa parte del cast fisso della Repubblica delle Donne programma di Piero Chiambretti.

PENNY MARKET

Penny Market, discount alimentare del gruppo REWE, è uno dei gruppi commerciali leader sul mercato tedesco ed europeo nel settore della Grande Distribuzione Organizzata. 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 italiano con 385 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. Penny Market propone anche una linea di prodotti a marchio proprio.

Per ulteriori informazioni: www.pennymarket.it

REWE Group

La cooperativa REWE Group è un gruppo leader del commercio e del turismo in Germania e in Europa. Nel 2017, la società ha generato entrate esterne totali per circa 60 miliardi di euro. REWE Group, una società fondata nel 1927, impiega oltre 345.000 persone e gestisce 15.300 negozi in 22 paesi europei. Le sue linee di vendita comprendono supermercati e negozi di beni di consumo gestiti dai marchi REWE, REWE CENTER, REWE CITY, BILLA e MERKUR, dal discount PENNY e dai negozi di toom DIY. La società gestisce anche minimarket (REWE To Go) e le attività di e-commerce REWE Lieferservice, ZooRoyal, Weinfreunde e Kölner Weinkeller. Il marchio DER Touristik comprende i tour operator ITS, Jahn Reisen, Dertour, Meiers Weltreisen, ADAC Reisen, Kuoni, Helvetic Tours, Apollo ed Exim Tours e oltre 2.400 agenzie di viaggio (tra cui DER Reisebüro, DERPART e partner di cooperazione), l'hotel catene lti, Club Calimera, Cooe, PrimaSol e Playitas Resort, nonché l'operatore diretto clevertours.com.

Marcello Caldarella | Corp. Communications Management | Penny Market Italia: mcaldarella@pennymarket.it | +39 366 6270344 | +39 02 92724309
Fabio Valli | ADN Kronos Comunicazione: Fabio.valli@adnkronos.com | +39 02 76366 45 | +39 344 1281966