



*Sua emoção é o
nosso alimento*

Grupo Selmi comemora 120 anos com grandes novidades em sua comunicação

No mês de aniversário, uma das maiores indústrias alimentícias do País investe em extensa campanha nacional televisiva, além de pontos-de-venda e grandes veículos de imprensa

Outubro de 2007 - No mês em que completa 120 anos de existência, o Grupo Selmi - uma das maiores e mais tradicionais indústrias de alimentos do Brasil - celebra este marco com muitas novidades. A empresa ganha uma campanha especial, de veiculação nacional, que promete mexer com as emoções das famílias brasileiras, em todas as regiões do País.

Serão peças publicitárias e ações de marketing - desenvolvidas pela agência Comunicação Explicita - com o objetivo de levar cada vez mais produtos Selmi e suas marcas para as mesas brasileiras, bem como estreitar o vínculo emocional entre a indústria, seus atuais e também futuros consumidores. O mote principal da campanha será o slogan "Sua emoção é nosso alimento".

Um filme institucional de um minuto (com versão para 30 segundos) abrirá a campanha num dos intervalos do programa Fantástico, da Rede Globo, no próximo dia 14 de outubro. Nele, um garoto e sua família mostram os valores e emoções que somente vínculos especiais - como os de produtos das marcas Renata e Galo - podem transmitir. Nele, os mais diversos itens produzidos pela Selmi serão mostrados.

Após esta exibição em grande estilo, serão veiculadas mais oito vinhetas divertidas (filmes de 15 segundos), divulgando os diferenciais de cada linha. São elas: Farinha Renata, Renata Express, Bolo e Bolinhos Renata, Renata Superiore, Renata Tricolori e Integrale, Renata Conveniências (Piatto Pronto e Capeletti), Renata com Ovos e Macarrão Galo. As inserções estarão presentes nas redes Globo, Record e Cultura, além de diversos canais de tv a cabo.

Os produtos Selmi também estamparão anúncios em revistas como Caras e as mais importantes do trade, em formatos de página dupla e simples. Assim como nas vinhetas televisivas, cada uma delas relacionará um tipo de emoção a um produto Selmi, criando dessa forma identificação com toda a família - pessoas de diferentes estilos e faixas etárias - por meio dos diferenciais de cada produto.

Toda a linha Selmi também ganhará espaço em busdoors, painéis de estrada e nas frotas da companhia, totalmente encapadas com fotos e mensagens da campanha. Já nos pontos-de-venda, cada produto será identificado com faixas display de gôndola, cartazes e wobblers, sempre com cores fortes e vibrantes, para atrair a atenção do

consumidor. As sugestões de consumo também estarão estampadas nos materiais, valorizando as peças e despertando o apetite.

Sobre o Grupo Selmi

São 120 anos de tradição, conquistando a preferência do consumidor com diversos tipos de massas, farinhas especiais e bolos - por meio das marcas Renata e Galo. A receita é de sucesso: matérias-primas selecionadas, estrutura humana competente, tecnologia de ponta e controle rigoroso. O resultado é a produção de centenas de toneladas de macarrão por dia, sempre mantendo a receita da legítima massa italiana, que era seguida por Adolfo Selmi, o fundador da companhia, em 1887. O grupo possui hoje modernas fábricas em Sumaré (SP) e Londrina (PR), além de maquinário e engenharia de produção de primeiro mundo - com a capacidade de expandir sua estrutura física, sem interromper a produção. São mais de 30 mil m² de Centros de Distribuição, que recebem produtos diariamente.

Informações para a imprensa, imagens da linha de produtos e nova campanha:

Ketchum Estratégia

Juliana Damasceno - Tel: (11) 5096-4334 r.878 - juliana.damasceno@ketchum.com.br