



COMUNICATO STAMPA

CIPSTER PLACEMENT IN "AMORE 14", IL NUOVO FILM DI MOCCIA

Genova, 29 ottobre 2009 – Il 30 ottobre nelle principali sale cinematografiche uscirà il nuovo film "Amore 14", scritto e diretto da Federico Moccia e distribuito da Medusa. In un film dedicato ai giovani e al loro mondo non poteva mancare Cipster: le celebri sfogliatine di patate croccanti e gustose sono da sempre le protagoniste di feste e aperitivi; grazie al loro formato pocket sono facili da trasportare nello zaino o nella borsa per un break sfizioso da dividere con gli amici.

Lo scrittore, divenuto famoso grazie al romanzo "Tre metri sopra il cielo", torna alla regia dopo il successo di "Scusa ma ti chiamo amore". Protagonista del nuovo film è Carolina, un'adolescente alle prese con il primo amore, l'amicizia, la scuola, il rapporto spesso conflittuale con i genitori.

La presenza in "Amore 14" è il primo product placement di Cipster e rappresenta solo una delle iniziative del brand per raggiungere il proprio target di consumatori, costituito principalmente da adolescenti e giovani. Si è appena concluso il concorso "Malati di menti", realizzato da Cipster in collaborazione con MTV attraverso il programma TRL on Tour e il web: gli utenti hanno travestito il loro mento e hanno girato dei video dimostrandosi capaci di mangiare le patatine Cipster nei modi più disparati. Il vincitore è diventato il protagonista del nuovo spot Cipster che è stato mandato in onda su MTV l'11 ottobre.

"Cipster è uno dei brand più giovani all'interno dell'ampio universo dei prodotti Saiwa, dotato di una forte brand awareness e da sempre associato ai valori dell'amicizia, dello stare insieme, del divertimento" ha commentato Federico Bardelli, Direttore Marketing di Saiwa. "Le iniziative realizzate da Cipster hanno l'obiettivo di rafforzare il legame con il proprio target di riferimento, che è diventato estremamente esigente e chiede alla marca di essere coinvolto attivamente in progetti di comunicazione innovativi e divertenti".

Saiwa è entrata a far parte del Gruppo Kraft Foods a dicembre 2007. Oggi l'azienda conta oltre 600 dipendenti tra la sede di Genova e il sito produttivo in provincia di Alessandria. Negli ultimi anni l'azienda ha registrato risultati positivi, con un fatturato di oltre 270 milioni di euro nel 2008. L'offerta di Saiwa si articola attorno ai due poli dei prodotti da forno e degli snack salati e dolci e include brand come Oro Saiwa, Premium, Tuc, Oreo, Cipster, Fonzies, Ritz, Yonkers, Mikado. Saiwa è da sempre azienda di riferimento in alcuni dei comparti del mercato italiano, come ad esempio i biscotti secchi per la prima colazione con il marchio Oro Saiwa e gli snack salati con i marchi Tuc, Cipster, Fonzies e Ritz. Oro Saiwa, prodotto storico dell'azienda, ha festeggiato recentemente i 50 anni. Oro Saiwa è il biscotto più venduto in Italia e da sempre è sinonimo di semplicità e leggerezza per la prima colazione.

Per ulteriori informazioni:

Burson Marsteller - Ufficio Stampa Saiwa

Laura Poggio - Dir. 02 72143.527 – Mob. 340 5505096 - laura.poggio@bm.com

Alice Martinello - Dir. 02 72143.532 - alice.martinello.ce@bm.com