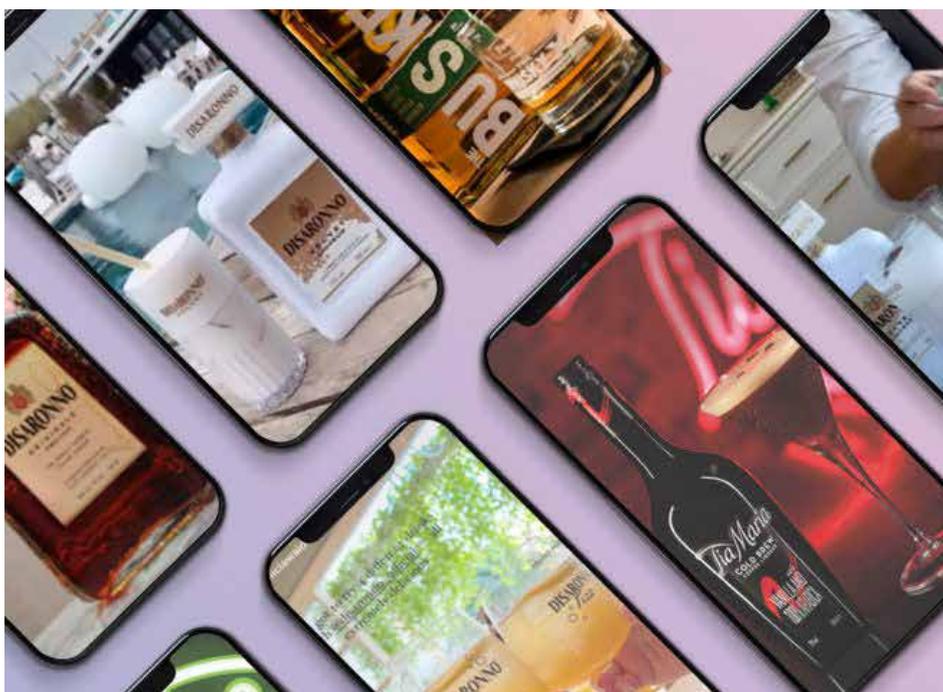


DISARONNO, TIA MARIA, THE BUSKER: I NUMERI DI UN ANNO IN COMUNICAZIONE PR



DISARONNO®

Tia Maria

THE
BUSKER
IRISH WHISKEY

Nel 2022, la strategia di comunicazione PR di **Disaronno**, **Tia Maria** e **The Busker** è stata caratterizzata da una serie di attività articolate sia su canali tradizionali che su piattaforme digital, coordinate sinergicamente tra i diversi mercati locali e un approccio strategico globale.

Per Disaronno, la strategia PR ha visto da un lato il **focus primario** sul tema del Disaronno **Velvet Summer** e il lancio del cocktail **Velvet Batida**, in particolare in Regno Unito, Italia,

Benelux e Francia; dall'altro, una serie di attivazioni locali e il focus su **Disaronno Originale** ed il tema del **Disaronno Fizz**, per un totale di oltre **541.400.000** opportunità di visualizzazione collezionate nel corso dell'intero anno.

541.4
MILIONI

opportunità di visualizzazione

Il posizionamento di Disaronno Velvet nel periodo estivo si è concretizzato con una strategia PR diversificata tra **ufficio stampa**, per ottenere visibilità nelle principali testate lifestyle consumer, **gifting** ai giornalisti e agli influencer di una couvette PR ed **eventi** in Italia, Olanda, Belgio, Francia e Regno Unito. Una strategia che ha portato **54.5 milioni di OTS** e **2.8 milioni di Impression con gli Influencer** ed un riscontro positivo nei confronti del nuovo cocktail Velvet Batida.

Nei mercati **Italia, Francia e Regno Unito**, la programmazione di uscite stampa su riviste generaliste e di settore ha generato inoltre **132.000.000 OTS**, focalizzandosi sia su Disaronno Originale che su altri momenti per Disaronno Velvet.

Con un approccio focalizzato in diverse occasioni, sia per Disaronno Originale che

per Disaronno Velvet, si sono articolate le attività PR oltreoceano e nel resto del mondo.

Gli **USA** hanno dato spazio a Disaronno Originale, Disaronno Velvet e Disaronno Fizz, ottenendo oltre **274.000.000** di opportunità di visualizzazione nelle uscite stampa e **9 milioni** di visualizzazioni tramite collaborazioni

274
MILIONI

opportunità di visualizzazione in USA
tramite uscite stampa

9
MILIONI

visualizzazioni in USA tramite
influencer



con influencer per attività di gifting nel periodo delle festività di fine anno.

Canada, Giappone, Messico, Perù e Australia completano il panorama PR globale per Disaronno con l'**Australia** che presenta **31.8 milioni di OTS** e **29.4 milioni di Impression** per gli Influencer, grazie a numerose attivazioni come la partnership con Guestland, Fashion Week Australiana ed inviti alle prime cinematografiche.

TIA MARIA

La strategia di comunicazione PR di **Tia Maria** ha interessato i paesi di maggiore distribuzione per il liquore al caffè di casa **Illva Saronno**: Australia, Regno Unito, Olanda e Canada, con un totale di **opportunità di visualizzazione** pari a **118.553.232**.

118.5

MILIONI

opportunità di visualizzazione



Nel **Regno Unito** la partnership con la pop star **Mae Muller** ha generato grande coinvolgimento tra utenti, grazie ai contenuti creati con la sua collaborazione e al **Party Evento di Londra** di Dicembre 2022, dove si è esibita per un **concerto privato** dedicato a followers di Tia Maria, Influencer e Giornalisti.

Mae Muller rappresenterà il Regno Unito ai prossimi **Eurovision Song Contest 2023**, a riconferma del suo grande successo di pubblico.

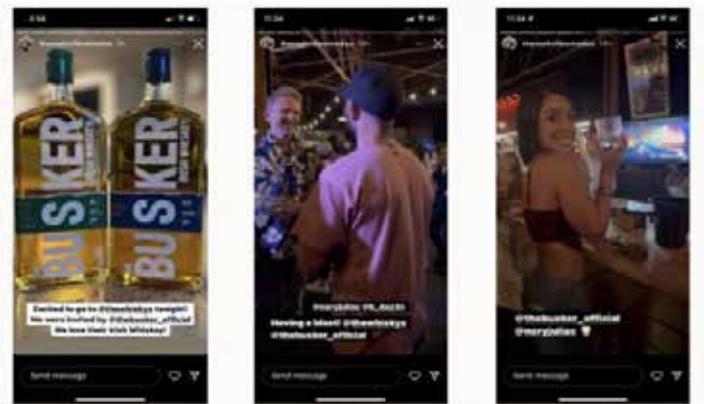
In **Olanda**, la strategia social ha interessato soprattutto i **periodi di festività**, con Tia Maria Matcha in occasione delle feste pasquali e con i cocktail di punta Matcha Tini e Tia Espresso Martini per il periodo natalizio.

Infine, il **Canada** ha privilegiato la comunicazione istituzionale del **Tia Maria Matcha** e l'**Australia** ha fatto leva sul posizionamento del **concept Two of a Tini** con due importanti eventi a Melbourne e Sydney, che hanno generato oltre **78 milioni** di visualizzazioni.

THE BUSKER

Nel 2022 The Busker ha articolato la strategia PR concentrandosi nei mercati di **USA** e **Francia**. Per entrambi, The Busker ha organizzato presentazioni e masterclass destinate alla stampa con lo scopo di attrarre giornalisti di settore. Contestualmente, negli Stati Uniti la partecipazione e il coinvolgimento di influencer e giornalisti locali agli eventi **Whisky-X** nelle città di Chicago, Austin, Denver, Houston, Atlanta, New York e Miami, ha permesso di raggiungere nuovi consumatori per un totale di oltre **327 milioni** di opportunità di visualizzazione nei due paesi in cui si è concentrata la comunicazione PR.

Coinvolgimento ed esperienze in linea con il posizionamento dei Brand, sono questi gli assets della **strategia PR di Illva Saronno**, che per il **2023** prevede altrettante attività di comunicazione mirate a fare crescere la **notorietà** dei tre Brand di punta: **Disaronno**, **Tia Maria** e **The Busker**.



327

MILIONI

opportunità di visualizzazione

