



## Concept

Love Pets è un progetto di comunicazione multimediale e crossmediale sviluppato su più piattaforme, web e tv. Il format è ideato appositamente per soddisfare le esigenze di aziende che operano nel settore pet & pet food. L'intento è quello di produrre un format di advertainment per il web, ossia quella forma di comunicazione che unisce l'informazione su un determinato argomento con la piacevolezza dell'intrattenimento.

Love Pets è così una serie a puntate che ha l'obiettivo di raccontare il mondo degli animali, in particolare quello canino.

Il format può essere posizionato su più piattaforme, come ad esempio portali web di settore, portali generalisti o piattaforme create ad hoc, utilizzando le potenzialità dei social network e la viralità e piattaforme televisive come canali Sky e Digitale Terrestre.



## Soggetto

Love Pets è una rubrica specializzata e interamente rivolta alla gestione, alle cure e a tutte le attenzioni necessarie per gli amici a quattro zampe.

In ogni puntata la conduttrice e il suo cane Matilde sono alle prese con una missione diversa, cioè affrontare un aspetto della vita quotidiana degli animali domestici, come un'adozione, l'addestramento, la toilettatura o le varie criticità. L'obiettivo è quello di suggerire consigli utili per superare con lo spirito giusto le possibili difficoltà. La narrazione, trattata in modo leggero e piacevole, spesso divertente ed ironica, ha un duplice scopo: informare ed intrattenere. Nel primo caso, l'intento è quello di fornire consigli pratici sulla gestione degli animali domestici. La conduttrice verrà quindi ripresa mentre affronta i problemi sul campo e intervista esperti del settore; nel secondo caso la protagonista e il suo compagno a quattro zampe interagiscono e giocano.

Il programma è caratterizzato da due punti di vista differenti: oltre a quello oggettivo della camera, è stato introdotto anche quello più simpatico e soggettivo del cane: la "dog view" che segue i movimenti e i discorsi della sua padrona.



## Strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione del progetto Love Pets è basata sul concetto di advertainment, ossia quella forma di comunicazione che unisce la pubblicità e l'immagine di un brand con la piacevolezza dell'intrattenimento. L'obiettivo è infatti quello di fornire la possibilità ai partner commerciali di settore di comunicare il proprio marchio attraverso più piattaforme di diffusione, come web, nello specifico piattaforma creata ad hoc, social network e Youtube, e televisione, attraverso la messa in onda delle puntate.

Le possibilità di partnership diventano così molteplici: product placement, location placement, advertising display, applicazioni create appositamente (come app per iPhone o per social network con funzionalità commerciali).

Il punto di forza del format è l'originalità e il modo in cui si può fare pubblicità con esso. Invece di una classica pubblicità diretta di tipo push, è possibile affiancare il proprio marchio al programma ed arricchire la propria immagine in modo meno invasivo: con questo meccanismo, l'advertising è più efficace e aiuta ad aumentare la credibilità del brand.

Altro punto di forza del format è la sensibilità verso il mondo degli animali e il modo innovativo con il quale proporre un prodotto ad un target specifico.



## Web

Love Pets ha uno sviluppo web su più piattaforme che interagiscono tra di loro e che hanno così la possibilità di creare e veicolare audience attraverso differenti modalità. Il format ha infatti una piattaforma dedicata, una pagina interamente brandizzata su YouTube, una fan page su Facebook e uno sviluppo social che viene creato da più profili in grado di generare traffico.



### **La piattaforma web**

Il format web viene posizionato su un sito creato ad hoc dove sarà così possibile visionare le puntate (della durata media di 3 minuti) che possono essere embeddate in due modalità: sulla piattaforma stessa oppure su Youtube. La pagina sarà poi arricchita di contenuti utili, ossia informazioni varie sulla gestione degli animali domestici, forniti da esperti qualificati del settore.

### **Il format su Youtube**

Il format è inoltre presente su Youtube, attraverso video extra che risultano gradevoli per il pubblico. La pagina è interamente brandizzata dai marchi che prendono parte al progetto, avendo ampio risalto. Il posizionamento dei contenuti video su Youtube è necessario poiché sono utili a favorirne la condivisione in rete.

### **Le pagine Facebook**

Love Pets ha un'esistenza anche su Facebook, social network fondamentale per favorire la condivisione dei contenuti. E' di conseguenza presente una fan page dedicata al format con profili ideati ad hoc per veicolare i video.

Tv

Il format ha uno sviluppo anche su piattaforma televisiva con 10 puntate da 12 minuti l'una. Il canale è Viva l'Italia, posizionato al 879 della piattaforma Sky. L'emittente ha una media di 500.000 contatti al giorno e di 8.300 al minuto.



## La puntata pilota con Elena Grimaldi

La puntata pilota vede come protagonisti la sexy star Elena Grimaldi, e il suo cane Matilde. Ma Elena non ricopre assolutamente il ruolo della “pin up” introdotto in un mondo che non le appartiene, tutt’altro. La scelta di Elena non è infatti casuale poiché ha una grandissima passione per gli animali ed in particolare per i cani. La sua dedizione per questo mondo è cresciuta negli anni, portandola a collaborare attivamente con vari canili di Brescia, la sua città d’origine, divenendo così, oltre che vera appassionata, anche esperta del settore.

Elena è inoltre presente sul web attraverso una fan page di Facebook che conta oltre 20 mila contatti, utilizzabili per promozione del programma.



## Diventa Partner

Love Pets è un progetto che si rivolge ad un target di pubblico trasversale accomunato dalla passione per gli animali domestici che in Italia sono circa 44.100.000 (fonte Eurispes). Solo il mercato del Pet Food per cani e gatti vale in Italia 1,4 miliardi di Euro e la spesa annua media di una famiglia per il mantenimento di un amico a 4 zampe è di 1.500 Euro.

Il programma approccia all'universo del Pets in modo serio e concreto, con un linguaggio contemporaneo e con sobrietà e ironia trasmettendo valori e messaggi positivi. Investire su LOVE PETS consente alle aziende partner non solo di generare awarness per i propri brand, ma soprattutto di essere parte integrante di un progetto in cui prodotti e servizi rappresentano un asse portante e strutturale intorno ai quali, in maniera credibile e veritiera, ruota il costruito editoriale.

Essere partner di Love Pets non vuole dire promuovere solamente la propria azienda, piuttosto significa raccontare una storia.



## Piano di comunicazione

Tutta la comunicazione di Love Pets si sviluppa in maniera cross-mediatica. Le puntate saranno trasmesse in TV, sul digitale terrestre, in replica sulle Tv locali, sul Web e suoi social network. A supporto di tutto ciò vi sarà un'attività costante di ufficio stampa, eventi live, di attivazioni nei punti vendita, manifestazioni di settore ecc. ecc.

Diventare partner di Love Pets significa aderire a tutto questo universo comunicativo. Le attività saranno pianificate e personalizzate in base alle esigenze delle aziende inserzioniste che avranno l'opportunità sostanziale di aderire ad un progetto che garantirà un'ampia copertura mediatica, contenuti perfettamente in target con prodotti e servizi promossi.

