

«Siamo davvero contenti che abbia preso forma questa collaborazione con il programma Guerrilla Gardeners. La sinergia creatasi tra tutti i player coinvolti - i nostri garden experts tra cui l'agronomo aziendale Stiga - è stata vincente e ha permesso di consolidare l'obiettivo di brand awareness prefissato dal progetto».

**Giacomo Tesolin**, direttore marketing del Gruppo Stiga.



«Guerrilla Gardeners ha dato la possibilità al Gruppo Newpharm® di essere presente in un palcoscenico importante come quello televisivo. L'azienda ha saputo cavalcare quest'occasione con risultati da subito sorprendenti, suscitando interesse e curiosità in modo particolare sul "Il mio orto bio®": la nostra gamma di difesa e nutrizione a base di prodotti esclusivamente naturali, pensata per i consumatori maggiormente attenti alla sostenibilità ambientale. Personalmente, ho avuto la possibilità di partecipare direttamente al programma girato presso la scuola agraria di Minoprio insieme al conduttore Matteo Foschi e al collega di settore, Sebastiano Guarisco de "Le Georgiche". Abbiamo affrontato temi essenzialmente inerenti la cura dell'orto domestico e dei terrazzi ornamentali poiché agrumi, orticole e piante aromatiche sono molto diffuse, alla portata di tutti e si possono reperire praticamente ovunque. Il tema predominante era: come difendere in modo naturale le nostre piante? Siano esse in orto, terrazzo o giardino? Da qui l'opportunità di presentare i prodotti della linea naturale "Il mio orto bio®", spiegando come vanno usati e per quali scopi. La parola chiave dell'intera esperienza è stata la genuinità: nessun discorso preconfezionato, nessuna forzatura sui messaggi, eravamo davvero in sintonia e il dialogo è scaturito in modo naturale. Oggi sappiamo benissimo che la protezione delle piante non può appoggiarsi su metodi di qualche anno fa. Emerge la grande esigenza di convogliare la difesa verso prodotti naturali, per una maggiore responsabilità e rispetto verso Madre Terra. Uno degli aspetti davvero interessanti che vissuto partecipando al programma è la sua apertura alla formazione, alla cessione spassionata di consigli utili, che troppo spesso si danno per scontati, per risolvere problemi di tutti i giorni per gli amanti dell'orto e del giardino».

**Stefano Cherubin**, biotecnologo di Newpharm.



Mariasole: «L'avventura con Guerrilla Gardeners è iniziata con il rapporto a Myplant ancora nel lontano 2019 ma all'epoca non eravamo ancora focalizzati come oggi su linee che potessero sposarsi in modo credibile con il loro progetto. Abbiamo aspettato fino a che non ci siamo sentiti pronti. L'occasione giusta si è presentata quest'anno, grazie alla completa analisi e rivalutazione della linea "Il mio orto bio®". Dal restyling dei pack al raddoppio dell'offerta commerciale al suo interno; dall'integrazione di nuove tecnologie digitali come app e totem sino all'uscita della nuova guida sull'orto sostenibile. La linea è stata lanciata a settembre, è poi subito presentata con un talk a Myplant, e infine la sua distribuzione è sostenuta da un grande lavoro di comunicazione e di storytelling, che sta dando i suoi frutti. Una bella soddisfazione, perché abbiamo creduto dal 2017 in questa linea, abbiamo cercato di renderla più completa possibile e di farla diventare un brand. "Il mio orto bio®" è proprio il mio: è essenziale arrivare a parlare al rivenditore e al consumatore con uno storytelling».

Davide: «Se la parte di Stefano è tecnica, e spiega l'approccio alla filosofia green e a tutto ciò che coinvolge (pacciamatura, acqua, prodotti), la parte di comunicazione riguarda di più la narrazione che abbiamo fatto di questi prodotti. Con Guerrilla Gardeners abbiamo proseguito in quella direzione: andare in televisione in un programma specifico per chi ama l'orto e il giardino poteva essere un megafono per amplificare il nostro lavoro sulla linea. C'è stata subito sintonia con Lara e Massimo di Prod8 (gli ideatori di Guerrilla Gardeners). Per loro coinvolgerci significava poter coinvolgere un target più giovane e attento a determinate tematiche e i nostri prodotti questa rappresentava un'occasione da non perdere. Ora attendiamo con ansia la prossima stagione per poter ripercorrere quanto più possibile i successi vissuti quest'anno».



**Mariasole Schiavon e Davide Cardillo**, marketing di Newpharm.

## A PROPOSITO DI PRODOTTO

Prodotto, fattori di videoevoluzione è una delle aziende italiane affermatesi fra i professionisti del branded entertainment. Fondata e diretta da Riccardo Pasini, la società ha superato i dodici anni di attività. [www.prod8.it](http://www.prod8.it)