



Melinda sceglie Connexia per la Social Media Strategy

La regina delle mele, per bontà e rispetto dell'ambiente, affida al brand di marketing e comunicazione della MarTech company Retex la consulenza strategica e di comunicazione delle sue properties social.

Milano, 14 novembre 2023 – Al via la partnership tra **Melinda**, il Consorzio trentino per la valorizzazione della **celeberrima mela delle Valli del Noce** (Val di Non e Val di Sole), e il team di comunicazione e marketing di **Connexia** per la definizione della **strategia di comunicazione**, la **consulenza creativa** e la **gestione** di tutte le iniziative sulle **properties social** del brand.

A conclusione di una gara che ha visti coinvolti più player, il Consorzio Melinda, che produce ogni anno 400.000 tonnellate di mele e rappresenta oltre 4.000 famiglie di frutticoltori trentini, ha incaricato Connexia di mettere a punto la social media strategy delle sue properties, con l'obiettivo di rafforzare l'identità digital del brand e aumentare le performance dei **canali social**, in **particolar modo di Meta e LinkedIn**, in termini di awareness ed engagement. A Connexia anche il compito di popolare con contenuti originali il blog del sito **Melinda.it** e sfruttare al meglio il budget destinato da Melinda alle campagne di social advertising.

Connexia lavorerà all'ideazione e produzione di contenuti attuali e coinvolgenti, per contribuire a **posizionare il brand Melinda** sempre più vicino agli appassionati delle mele e dei trasformati, alimentando il dialogo sulle principali piattaforme social e raccontando non solo la qualità, la bontà e le caratteristiche innovative dei prodotti, ma anche gli **elementi-chiave dell'identità di Melinda**: lo spirito cooperativo, il rapporto familiare dei soci, il forte legame con il territorio trentino e, soprattutto, la sostenibilità dell'intera filiera. Consorzio Melinda nasce nel 1989 proprio con il fine di massimizzare il profitto delle 16 cooperative che ne fanno parte attraverso un'attenzione incessante alla qualità dei prodotti come anche dei processi, sempre nel rispetto del territorio.



Melinda rappresenta oggi anche un'eccellenza sul fronte della **sostenibilità**: utilizza le Celle Ipogee, un innovativo sistema di conservazione sotterranea, primo e unico impianto al mondo per la frigo-conservazione della frutta che permette un notevole risparmio di energia elettrica e la riduzione del consumo idrico.

*"L'attività sui social media è sempre più importante per le aziende come Melinda, che parlano direttamente ai propri clienti. I canali social aziendali sono una vetrina che contribuisce alla fidelizzazione nei confronti del brand, oltre che all'apertura di un dialogo con i consumatori, soprattutto i più giovani, che sono difficilmente raggiungibili con altri mezzi. — dichiara **Andrea Fedrizzi, Responsabile Marketing e Comunicazione del Consorzio Melinda** — La consapevolezza di questi aspetti ha ispirato la scelta di avviare una partnership con Connexia, individuata in un pool di aziende specializzate come il miglior consulente strategico e operativo".*

*"Siamo particolarmente orgogliosi di essere stati scelti dal Consorzio per supportare, con il nostro contributo strategico e creativo, il consolidamento dell'awareness di un «love-brand» come Melinda. — commenta **Massimiliano Trisolino, Managing Partner Strategy & Creativity di Connexia** — Lavoreremo con il Consorzio parterendo dagli elementi identitari del brand e dalla sua base reputazionale distintiva, per dare vita a contenuti originali e rilevanti, e costruire insieme una strategia editoriale per le properties social coerente con il set valoriale di Melinda e le sue peculiarità di «qualità» e «sostenibilità», consolidando la relazione con il target di riferimento e, al contempo, ingaggiando e coinvolgendo il target-giovani attraverso contenuti creativi «freschi» e accattivanti".*

Connexia

Connexia è creatività.

È pensiero data-driven.

È eccellenza nella gestione dei media.

Ed è innovazione tecnologica

Ma non solo. Il brand di comunicazione e marketing di Retex è soprattutto passione, impegno etico, trasparenza, responsabilità sociale di impresa.

È un team multiculturale e multidisciplinare: professionisti capaci di costruire e raccontare valori di brand, ma anche di guidare processi di trasformazione digitale.



Pensiamo e sviluppiamo idee che possono vivere su tutti i canali, senza nessun timore di essere misurati sull'efficacia di ogni campagna.

Aspettatevi di lavorare, con noi, in modo nuovo: insieme, per davvero, attraverso processi di co-creation continui e sperimentazione orientata agli obiettivi di business e comunicazione. www.connexia.com

RETEX

Retex è la MarTech company che promuove e accelera le connessioni tra brand e stakeholder, accompagnando le aziende nella transizione verso un nuovo significato di Retail, grazie a un approccio progettuale basato su un blend di innovazione, tecnologia, data intelligence & automation, creatività, consulenza, marketing e comunicazione.

L'offerta integrata di servizi e soluzioni per il Retail di Retex interessa diversi mercati, dal Consumer Retail al Food&Beverage, dal Fashion&Luxury al Direct-to-Consumer, passando per una approfondita esperienza sul mercato cinese e nella industry Healthcare&Pharma.

Fondata nel 2010, con headquarters a Milano, Retex opera attraverso 12 filiali, tra Italia, Barcellona, Londra e Shanghai, e può contare sulla collaborazione di quasi 600 professionisti, provenienti da 32 nazioni.

In progressiva e costante crescita dalla sua nascita, Retex ha chiuso il 2022 a quota 91 milioni di euro di ricavi e 9,4 milioni di Ebitda. www.retexspa.com

CONSORZIO MELINDA

Il Consorzio Melinda è uno dei più importanti produttori di mele italiani nonché una delle maggiori realtà europee del mercato ortofrutticolo. Con le sue 400 mila tonnellate di esemplari raccolti ogni anno in Trentino nelle valli di Non e Sole, pari a circa il 20% della produzione nazionale, l'azienda rappresenta 4.000 piccole imprese agricole consorziate in 16 cooperative che coltivano complessivamente circa 6.700 ettari di meleti. Il Consorzio genera un fatturato medio di oltre 300 milioni di euro e offre opportunità di lavoro a oltre 1.300 addetti.