



## Barilla sceglie Connexia per la Social Strategy e il Social Media Management della linea Pasta e Sughì

*L'azienda produttrice di pasta e sughì pronti affida al team di marketing e comunicazione della MarTech Company Retex la consulenza strategica per le sue properties social in Italia.*

Milano, 13 febbraio 2024 – **Barilla**, multinazionale nata in Italia produttrice di pasta di semola e sughì pronti, ha scelto il team di **Connexia** per la definizione della **strategia di comunicazione**, la **consulenza creativa** e la **gestione delle properties social** dedicati ai prodotti Pasta e Sughì.

Obiettivo: **rafforzare la brand equity del marchio** simbolo nel Mondo di eccellenza agroalimentare attraverso il coinvolgimento significativo delle community dei suoi appassionati ed estimatori, sviluppare la creatività sul piano editoriale e realizzare una efficace declinazione dei contenuti global che sia coerente per il mercato italiano.

A seguito di una **gara** che ha visto coinvolti tre player, Barilla ha affidato a Connexia lo studio di una nuova **social media strategy** per il consolidamento della digital identity del brand, la gestione dinamica e il miglioramento delle performance dei propri canali social in termini di engagement, in particolar modo di Meta e YouTube. Il brand di marketing e comunicazione di Retex si occuperà dell'ideazione e della produzione di **contenuti originali** sempre più coinvolgenti, per rafforzare la relazione con i **brand enthusiast**, amanti della cucina, alla costante ricerca di nuovi stimoli e di prodotti premium, con un occhio attento a qualità e praticità.

*"Siamo soddisfatti dell'esito della gara e certi che la collaborazione avviata ci porterà a risultati interessanti. – dichiara Katia Desogus, Pasta Barilla Italia & Voiello Marketing*



**Director** – *Con il supporto di Connexia, Barilla continuerà a nutrire la relazione con i propri consumatori raccontando la qualità e l'eccellenza dei nostri prodotti attraverso contenuti coinvolgenti e rilevanti per il mercato italiano”.*

*“La collaborazione con Connexia è iniziata con Togo lo scorso anno, e si è allargata a un brand così importante come quello della nostra Pasta. – dichiara **Alessio Garbin, Digital Strategy Director del Gruppo Barilla** – Abbiamo bisogno di una particolare sferzata di energia e passione per questo prodotto, e crediamo che questo cambio rappresenti efficacemente questa esigenza, che si concretizzerà con una riduzione del numero di contenuti bilanciato da un aumento della loro qualità, sempre nella direzione del rafforzamento della brand identity Barilla”.*

*“È con grande entusiasmo che accogliamo l'opportunità di collaborare con un «love-brand» come Barilla, portando il nostro contributo creativo e arricchendo il racconto e l'awareness di un marchio celebre in Italia e nel Mondo per l'eccellenza dei suoi prodotti alimentari. – commenta **Massimiliano Trisolino, Managing Partner Strategy & Creativity di Connexia** – La nostra missione è da sempre quella di lavorare alla costruzione di strategie e linguaggi che sappiano coinvolgere le audience e raccontare l'identità e l'unicità di ciascun brand, potendo contare anche sulle sinergie interne a Retex e sulla nostra capacità di combinare competenze di data analysis e innovazione tecnologica. Con Barilla lavoreremo insieme per continuare ad accrescere la presenza online dei prodotti Pasta e Sughì e consolidare il dialogo con le community di appassionati”.*

#### **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](http://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](http://www.retexspa.com)

## IL GRUPPO BARILLA

Barilla è un'azienda familiare, non quotata in Borsa, presieduta dai fratelli Guido, Luca e Paolo Barilla. Fu fondata dal bisnonno Pietro Barilla, che aprì un panificio a Parma nel 1877. Oggi Barilla è famosa in Italia e nel mondo per l'eccellenza dei suoi prodotti alimentari. Con i suoi brand - Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stelle, Gran Cereale, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina e Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla, First, Catelli, Lancia, Splendor, Tolerant, Pasta Evangelists e Back to Nature - promuove una alimentazione gustosa, gioiosa e sana, ispirata alla dieta mediterranea e allo stile di vita italiano.

Quando Pietro ha aperto il suo negozio 146 anni fa, lo scopo principale era quello di fare del buon cibo. Oggi quel principio è diventato il modo di fare business di Barilla, con più di 8.700 persone che lavorano per l'azienda e una filiera che condivide i suoi valori e la passione per la qualità.

L'impegno del Gruppo è di offrire alle persone la gioia che il cibo buono e ben fatto può dare loro, fatto con ingredienti selezionati prediligendo, quando possibile, quelli provenienti da filiere responsabili, contribuendo a un presente e un futuro migliore.

Dal 1987, un archivio storico raccoglie e custodisce la storia dei 146 anni di vita dell'azienda, che oggi, grazie al portale-museo [www.archivistoricobarilla.com](http://www.archivistoricobarilla.com) è una risorsa accessibile a tutti e testimonia il viaggio di un'icona del Made in Italy e i cambiamenti della società italiana. [www.barillagroup.com](http://www.barillagroup.com)