



Il Viaggiator Goloso, l'evoluzione del brand prosegue nel segno della scoperta

Descrizione

(Adnkronos) è
in collaborazione con il Viaggiator Goloso

Se è vero che in un viaggio non conta la destinazione ma il percorso, il Viaggiator Goloso è un compagno d'eccezione al quale affidarsi per scoprire le nuove forme che può assumere il gusto. Il brand premium del Gruppo Finiper Canova, promotore di un'esperienza enogastronomica legata alla tradizione italiana, consolida il proprio posizionamento attraverso un'accurata selezione delle materie prime e dei partner più affidabili. Ogni prodotto è il frutto di un viaggio alla scoperta delle eccellenze del territorio, un invito a esplorare e a vivere il cibo come un'esperienza culturale e sensoriale. Le ultime tappe di questo percorso, realizzate in collaborazione con l'agenzia creativa BBDO, ampliano ulteriormente gli orizzonti del brand. La campagna di comunicazione, lanciata nel 2024, si è evoluta con nuovi soggetti e si è arricchita con WelcHome Box, un'attività coinvolgente dedicata ai viaggiatori in arrivo all'aeroporto Torino Caselle.

Questa campagna ha contribuito a sancire il definitivo passaggio del Viaggiator Goloso da private label a brand vero e proprio, traducendo in immagini coinvolgenti il racconto del suo valore. Le declinazioni dei diversi soggetti fondono prodotto e territorio esaltandone il legame inestricabile. Con i nuovi visual dedicati al Pesto Genovese e ai Krumiri, la strategia impostata lo scorso anno raggiunge nuovi traguardi e torna a dar vita al Viaggiator Goloso, immaginandolo un esploratore che ogni giorno parte per una nuova avventura di gusto.

A Torino, il tema del viaggio ha trovato la sua espressione più concreta con WelcHome Box, un'iniziativa speciale pensata per sorprendere le persone in arrivo all'Aeroporto Internazionale di Caselle. Nell'ultimo fine settimana di agosto, l'aeroporto si è vestito dei colori e dei messaggi del Viaggiator Goloso, creando un percorso che ha guidato i passeggeri dal loro arrivo fino a una

sorpresa finale. L'iniziativa ha coinvolto oltre 15.000 persone, offrendo la possibilità di vincere una delle 2.000 box con una selezione di prodotti del brand, per un totale di oltre 5.500 omaggi suddivisi per i diversi momenti della giornata: colazione, merenda, pranzo o cena. Per rendere l'esperienza ancora più coinvolgente, tutti i partecipanti hanno avuto anche l'opportunità di iscriversi all'estrazione di una Gift Card del valore di 1.000 €, un invito a proseguire il proprio viaggio nel gusto alla scoperta del mondo de il Viaggiator Goloso.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 30, 2025

Autore

redazione

default watermark