

Un progetto “misterioso” per Babbi apre una nuova stagione di iniziative firmate iFood

La community italiana di food blogger si mette alla prova con unboxing di mystery box e challenge culinarie per realizzare la ricetta migliore con i prodotti della famosa azienda dolciaria romagnola.

“Questa con Babbi è solo la prima di una serie di attività e progetti ad alto tasso di engagement e contenuti premium studiati per i prossimi mesi da iFood” anticipa Andrea Pucci, Ceo e Founder di Netaddiction.



Terni, 21 aprile 2018 – Nessuno resiste alla curiosità di aprire un pacco misterioso e scoprire cosa contiene.

E proprio questo istinto irrefrenabile è alla base del grande successo del **fenomeno digital dell’unboxing**. Influencer, Youtuber e blogger che popolano la rete, sempre più frequentemente svelano in diretta sui propri canali social i contenuti di prodotti ricevuti dai brand, facendo condividendo con i propri follower la stessa emozione dello svelamento della sorpresa.

[iFood](#), la **community italiana di food blogger del network di Netaddiction**, ne propone ora una “golosa” versione grazie alla **collaborazione con Babbi, la storica azienda dolciaria romagnola conosciuta in tutto il mondo**.

Cinque foodblogger della community di iFood, selezionate per affinità con il brand, hanno ricevuto a casa una **mystery box** e hanno **condiviso il momento dell’apertura della scatola sui social con i propri follower attraverso dirette live su Instagram e Facebook, foto, post e story** in cui mostravano i dolci contenuti del pacco. Ogni attività social è contraddistinta dalla presenza dell’**hashtag #ilovebabbi e tag all’azienda** per generare e **accrescere la brand awareness di Babbi** grazie a contenuti originali e di qualità.

Una volta soddisfatta la curiosità, è partita la sfida: una vera e propria **challenge tra le food blogger** coinvolte, per realizzare la **ricetta migliore con i prodotti Babbi** messi a disposizione. Due ricette a testa,

per un totale di dieci ricette, per **valorizzare al meglio i prodotti del marchio** che ha inviato alle blogger creme spalmabili (**Cremadelizia**) in vari gusti e preparati per cioccolata in tazza (**Cioccodelizia**).

I contenuti vengono veicolati anche sui canali ufficiali di iFood aumentando ancora di più l'esposizione del brand e generando sempre una maggiore **interazione e engagement con i follower**, rispondendo alle loro domande e curiosità. Con la attuale modalità di Instagram che permette di mettere in evidenza le story e renderle permanenti, la visione degli unboxing non si limita più alle 24 ore successive alla pubblicazione e si arricchisce di nuovi contenuti ogni volta che una nuova blogger realizza le proprie story con i prodotti Babbi.

Non è stato dimenticato neanche **Pinterest**, uno dei social più utilizzato dalle food blogger per prendere ispirazione o pubblicare i propri piatti: per il progetto con Babbi ad ogni immagine sono state associate delle **rich pin che mostrano gli ingredienti utilizzati per la realizzazione del dolce ritratto nella foto**.

Le blogger coinvolte sono Valentina Pilia (<http://www.acasadivale.ifood.it>), Nadina Serravezza (<http://www.pasticciandoconmagicianana.ifood.it>), Mary Vischetti (<http://www.unamericanatragliorsi.ifood.it>), Erika Paravano (<http://www.giochidizucchero.ifood.it>), Valentina D'aniello e Manuela Bonci (www.dolcezedivalentina.ifood.it).

"Abbiamo pensato questo nuovo format specialmente per i brand di prodotti food, elettrodomestici ed attrezzature per la cucina. Siamo felici che Babbi sia stato il primo prestigioso brand ad utilizzarlo. Si tratta di un modo originale per svelare e scoprire delle novità di mercato che non vengono solo mostrate in maniera sterile ma messe subito in opera per realizzare ricette di ogni tipo." commenta **Andrea Pucci, CEO e Founder di Netaddiction** *"È proprio nella natura delle nostre blogger approcciarsi ai brand in maniera genuina e onesta, creando con impegno contenuti di valore ed evitando tutti gli strumenti che permettono di ottenere grandi numeri con il minimo sforzo. La nostra attenzione alla qualità e alla fidelizzazione dei nostri follower ci ha sempre ripagati e con questo spirito stiamo preparando tutte le attività che vedranno coinvolta iFood nei prossimi mesi".*

La testata è infatti impegnata nei prossimi mesi come **media parter di Cibus**, insieme a I Love Italian Food, e gestirà l'intera **area Food Well al prossimo Rimini Wellness** e, con Kitchen Aid, sarà a capo dell'unica area adibita alle performance ed agli **show cooking per le dimostrazioni dei libri al Salone del libro di Torino**, previsto per il prossimo maggio.

"iFood ha da poco rinnovato la sua redazione che ora composta da 7 food blogger con skill e competenze diverse e complementari. Saranno loro a gestire i nuovi progetti da realizzare con la community: ricette pensate per i pet lover, una guida pratica su come realizzare a casa un sushi perfetto e tanto altro ancora." conclude **Pucci**.

iFood.it - Quando i blogger ci mettono la faccia e si sporcano il grembiule

iFood.it è la nuova realtà editoriale nativa del Web, che raccoglie in un unico sito oltre 150 food-blogger. La passione dei blogger, unita all'esperienza nell'editoria digitale di NetAddiction, attivo nel settore da oltre 18 anni, ha dato vita al nuovo portale e a un network che racconta il cibo come un'esperienza che si condivide attraverso la fotografia, il viaggio e i libri. Trasformare l'infinito amore per il cibo di chi cucina per passione in contenuti editoriali di eccellenza è la sua mission. iFood.it raggiunge ogni mese più di 1 milioni di utenti unici e circa mezzo milione di social fan.

Ufficio Stampa

Francesca Raimondi, francesca.raimondi@elettrapr.it, 392 9469018



Elettra Zadra, elettra.zadra@elettrapr.it, 335 5929854