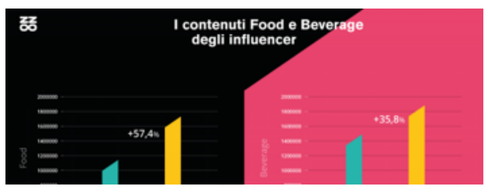
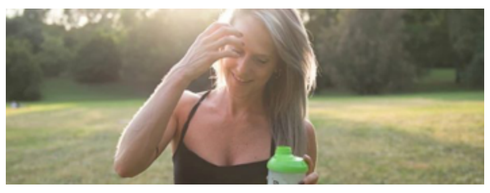


Social Sempre Più Food Oriented: Metà Degli Italiani Segue I Consigli Dei Food Influencer. Ecco L'identikit Dei Food Influencer E Dei Food Followers

Sei Consigli Per Creare Una Video Ricetta Perfetta: Tips And Tricks Utili Food Blogger E Food Influencer



I Migliori Fit Food Blogger Su Instagram

Vuoi Diventare Influencer? Ecco Alcuni Trucchi Per Mettere Il Turbo All'account Instagram

Cuochi E Professionisti Horeca Sono Grandi Utilizzatori Dei Social. Cosa Postano E Quali Canali Frequentano?

Continua la collaborazione tra SIPO e l'evento sportivo solidale Maratona Alzheimer. Una manifestazione in Romagna ricca di appuntamenti per incentivare il movimento come prevenzione di patologie e diffondere la cultura della salute.

Pubblicato 5 giorni fa

Si è appena conclusa la 10° Edizione della **Maratona Alzheimer**: una gara di 42 km su percorso *Fidal* (Federazione Italiana di Atletica Leggera) che dal Mercato Saraceno a Cesenatico scende con un percorso a serpentina verso Cesena, finalizzata a sostenere progetti di prevenzione, assistenza e ricerca sulla malattia. La manifestazione solidale si è svolta con un programma ricco di iniziative legate al movimento con l'obiettivo di sostenere l'assistenza, combattendo l'esclusione sociale e la prevenzione, con interventi per promuovere stili di vita sani e la ricerca scientifica.

SIPO è da anni tra i sostenitori della manifestazione e per questa edizione ha scelto di donare alla Fondazione Maratona Alzheimer una parte del ricavato derivante dalla vendita di una selezione di 10 prodotti che compongono il suo vasto assortimento di ortaggi freschi: si tratta in particolare di erbe aromatiche, funghi freschi, cavoletti di bruxelles, peperoncini piccanti, zucca a cubi e a fette, fiori di zucca, cuori di carciofo, gemogli, carote viola e topinambur. La campagna sarà attiva per gli ordini dal 1 novembre 2021 al 26 febbraio 2022. Su ciascun pack dei prodotti è riportato un bollino giallo che riporta lo slogan "*La bontà aiuta la mente*". A corredo del materiale promozionale è stato realizzato un mini folder da posizionare in prossimità dell'esposizione dei prodotti che esplica i valori e la mission della campagna. A supporto delle attività di comunicazione è prevista inoltre una campagna social.

In questo articolo:

Altri articoli

Magnum Paradiso arriva a luglio e chiude l'operazione MagnumXDante

foodaffairs.it

Con Magnum Paradiso, disponibile a luglio e agosto, si completa il percorso MagnumXDante

foodaffairs.it

Fico è l'attrazione più amata in Emilia Romagna. Lo dice la piattaforma Musement

foodaffairs.it

Il caso di successo di Calvisius Caviar grazie a Digital Angels e Facebook

foodaffairs.it