

Ferrero e l'informazione il caso Nutella

Il vice-presidente della compagnia dolciaria dà un'informazione distorta, i media tradizionali fanno titoli e sui social media scoppia la rivolta in difesa della Nutella. Risultato: una campagna pubblicitaria virale eccezionale a costo zero.

Fonte: RSI NEWS

[il caso Nutella.pdf](#)