

# Adv Nescafé lancia una nuova comunicazione multicanale con il supporto di Publicis Groupe

Il planning di MediaCom prevede passaggi tv e attivazioni digital, programmati anche eventi sulle principali città italiane e la presenza alle più importanti kermesse nazionali. Il commercial dedicato a Gran Aroma, è stato adattato per il nostro Paese dalla versione global da Publicis Italia

"Momenti che contano" è il nome della nuova campagna di comunicazione lanciata da Nescafé per la gamma Gold, dedicata in particolare a Gran Aroma e Cappuccino. La campagna mette al centro le connessioni tra le persone e le esperienze che si realizzano attraverso la condivisione di un caffè. Sviluppata attraverso numerose attività multicanale, che spaziano dall'adv al digital, passando per gli eventi sulle principali città italiane e la presenza alle più importanti kermesse nazionali, la campagna ha segnato il suo inizio con lo spot tv dedicato a Gran Aroma, in un adattamento per l'Italia della versione globale (di Publicis Worldwide) curato da Publicis Italia.

## Anche su digitale

"Momenti che contano" si sviluppa anche sulle piattaforme digital, da Youtube ai Social sempre a cura di Publicis, fino al sito ufficiale del brand [www.nescafe.it](http://www.nescafe.it)



dove, rispondendo ad un veloce questionario, sarà possibile conoscere il numero delle persone che abbiamo incontrato fino ad ora nella nostra vita. H&O (Ogilvy) ha curato alcuni adattamenti tecnici sulle campagne banner sempre a partire dalle creatività di Publicis. Il centro media è MediaCom.

## Secondo focus

Dal 14 aprile al 19 maggio, la comunicazione prosegue spostando il focus su Nescafé GOLD Cappuccino con una campagna digital che racconta la grande attenzione che l'Azienda pone nella selezione delle materie prime:

è proprio dall'incontro perfetto tra il caffè più pregiato e il latte più buono che nasce un cappuccino a regola d'arte, perfetto per i momenti che contano.

## Gli eventi

Parallelamente alla programmazione adv, Nescafé porta i prodotti della gamma GOLD nelle principali città italiane: i Neskiost, veri e propri chioschi itineranti, stanno già animando in queste settimane le città di Torino, Milano, Bologna e Padova. Dislocati in principali punti nevralgici, offrono la possibilità di assaggiare i prodotti e ricevere

buoni sconto e gadget firmati Nescafé, come la Gold Mug personalizzata in tempo reale da un serigrafatore. Infine, Nescafé ha regalato al Fuori Salone del Mobile e duplicherà al Wired Next Fest un'esperienza 4.0. All'interno del Design District di Lambrate a Giardino Ventura prima e al parco Montanelli di Milano poi (Milano 24-26 maggio), si vive un'esperienza di alto valore tecnologico con Nescafé CoffeeBot, un bartender robotico. Commissionato da Nescafé e realizzato da Makr Shkr, azienda italiana leader nel mondo per la produzione di bar robotici, CoffeeBot, integrato all'interno di una vera e propria installazione bar, è in grado di mixare e shakerare cocktail analcolici accomunati dall'inconfondibile gusto vellutato e deciso di Nescafé Gold Gran Aroma quale ingrediente principale. Partner per il tour delle città italiane e per gli eventi con Nescafé Coffeebot è Breathing, agenzia di comunicazione e marketing a 360° specializzata in brand activation, gestione di progetti integrati above e below the line, eventi e field marketing.

