

Argomento: Si Parla di Noi

Su La7 la prima campagna nazionale di **101Caffè** firmata AmikAj

Advertising Lo spot avrà diffusione anche su YouTube e sui canali social del brand e sarà declinato in 60, 15 e 7 secondi. Scegli il tuo gusto! è il claim della prima campagna pubblicitaria nazionale di **101Caffè**, in onda da ieri 20 settembre al 31 ottobre 2020 sull'emittente televisiva La7. Scegli il tuo gusto perché nei negozi **101Caffè** si trova la più ampia gamma di caffè e bevande in cialde e capsule, grani e macinati, per tutte le macchine da caffè, una connotazione che rende il marchio unico al mondo, per i suoi prodotti al passo con le nuove tendenze di consumo e per i suoi format sempre più innovativi. La campagna è stata realizzata dall'agenzia creativa milanese AmikAj. Lo spot è stato girato nel negozio **101Caffè** di Torino, all'interno di uno dei più importanti mall della città, una location ideale per le dimensioni e le caratteristiche necessarie ad effettuare le riprese, guidate dalla regia di Max Mellano per la cdp Haibun.

Per la strategia media abbiamo scelto La7 non solo per l'affinità di pubblico ma anche per l'affinità di visione con il gruppo Cairo, volendo trasmettere un messaggio positivo al consumatore, dopo il momento storico che abbiamo vissuto, dichiara Umberto Gonnella, Ceo e fondatore di **101Caffè**. La sceneggiatura dello spot mette in evidenza i valori su cui si basa l'identità del marchio: 60 per presentare la territorialità, la cultura del caffè, la libertà di scelta, l'italianità. Abbiamo privilegiato questo formato per darci la possibilità di raccontare in modo esteso quello che

DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXXI 199
lunedì 21 settembre 2020 p. 14

Advertising Su La7 la prima campagna nazionale di 101Caffè firmata AmikAj

Lo spot avrà diffusione anche su YouTube e sui canali social del brand e sarà declinato in 60, 15 e 7 secondi

Scegli il tuo gusto? È il claim della prima campagna pubblicitaria nazionale di 101Caffè, in onda da ieri 20 settembre al 31 ottobre 2020 sull'emittente televisiva La7. Scegli il tuo gusto perché nei negozi 101Caffè si trova la più ampia gamma di caffè e bevande in cialde e capsule, grani e macinati, per tutte le macchine da caffè, una connotazione che rende il marchio unico al mondo, per i suoi prodotti al passo con le nuove tendenze di consumo e per i suoi format sempre più innovativi. La campagna è stata realizzata dall'agenzia creativa milanese AmikAj. Lo spot è stato girato nel negozio 101Caffè di Torino, all'interno di uno dei più importanti mall della città, una location ideale per le dimensioni e le caratteristiche necessarie ad effettuare le riprese, guidate dalla regia di Max Mellano per la cdp Haibun.

Lo spot, oltre che su La7, avrà diffusione su YouTube e sui canali social del brand e sarà declinato anche in 15 e 7 secondi.

Stefano Andrea Macchi: «Abbiamo scelto un'ambasciatore del nostro marchio, Stefano Andrea Macchi, attore e disciatore polivalente e versatile, che abbraccia i nostri stessi valori e li racconta. Un testimonia molto credibile, che rappresenta bene il nostro modo di essere italiani e a cui dare fiducia Stefano ha saputo rappresentare la briosa e l'energia del caffè grazie all'empatia con cui racconta quello che siamo. È stato un casting impegnativo e siamo molto contenti di averlo scelto», prosegue Umberto Gonnella. Lo spot si apre con i nostri "sommobrand" che da il benvenuto all'interno del negozio 101Caffè e presenta il marchio, insieme ad altri protagonisti (che sono i nostri affiliai e che rappresentano l'identità di 101Caffè in tutta Italia: caffè dalle torrefazioni italiane, discioc-

za, l'ineguagliabile gamma di bevande e non possiamo mancare i grandi macchi. La spot si conclude con l'invito a venire nei negozi e la "call to action": la promozione espositiva delle macchine a marchio 101Caffè? Il lancio della campagna rappresenta per noi un traguardo molto importante, che testimonia la crescita e la solidità del marchio, leader nella vendita di bevande e caffè personalizzato di alta qualità, attraverso una rete di oltre 120 punti vendita in franchising in Italia e all'estero un successo che è frutto del lavoro dei nostri Affiliai e di uno straordinario team", conclude Umberto Gonnella.

Credits
Direttore creativo: Antonio Zaff
Art Director: Alessandro Rossetti
Copywriter: Robb Bortoluzzi

Aziende Nilox: è in arrivo la gamma National Geographic protagonista in Digital OOH a Milano con Mediamond

Nilox si unisce a National Geographic in un progetto dedicato alla mobilità sostenibile: una linea di prodotti unici, che uniscono la tecnologia e il design di Nilox al marchio National Geographic. La collaborazione tra due brand nasce dalla condivisione di alcuni valori, come il piacere della scoperta di percorsi alternativi e l'attenzione alla sostenibilità, che è stata

Son tre modelli di e-bike, un monopattino e una linea di accessori per esploratori, urbani e non

geografici saranno oggetto di una campagna Digital Out of Home con creatività interna che li vedrà protagonisti in zone dominanti per una settimana nei prestigiosi circuiti di Mediamond a Porta Nuova e City Life a Milano con l'obiettivo di dialogare nel contesto di appartenenza degli esploratori urbani e non.

siamo, per mostrare le unicità dei nostri prodotti. Una rete fatta da tanti negozi in franchising, con caratteristiche e modi propri di porsi ai clienti. Siamo tutti sotto la stessa insegna, ma valorizziamo le diversità che ciascun territorio può esprimere, sia in termini di prodotto, perchè selezioniamo le migliori torrefazioni d'eccellenza, che in termini di persone che si trovano nei nostri negozi. 60 tra unicità e allegria degli attori che raccontano i prodotti con l'accento delle diverse regioni, parlando con le loro inflessioni tipiche e con le loro cadenze, aggiunge Umberto Gonnella. Lo spot, oltre che su La7, avrà diffusione su YouTube e sui canali social del brand e sarà declinato anche in 15 e 7. Stefano Andrea Macchi Abbiamo scelto un ambasciatore del nostro marchio, Stefano Andrea Macchi, attore e doppiatore poliedrico e versatile, che abbraccia i nostri stessi valori e li sa raccontare. Un testimonial molto credibile, che rappresenta bene il nostro modo di essere italiani e a cui dare fiducia. Stefano ha saputo rappresentare la briosità e l'energia del caffè, grazie all'empatia con cui racconta quello che siamo. È stato un casting impegnativo e siamo molto contenti di averlo scritturato, prosegue Umberto Gonnella. Lo spot si apre con il nostro "uomobrand" che da il benvenuto all'interno del negozio **101Caffè** e presenta il marchio, insieme ad altri protagonisti che sono i nostri affiliati e che rappresentano l'identità di **101Caffè** in tutta Italia: caffè dalle torrefazioni italiane d'eccellenza, l'ineguagliabile gamma di bevande e non potevano mancare i grandi marchi. Lo spot si conclude con l'invito a venire nei negozi e la call to action: la promozione eccezionale delle macchine a marchio **101Caffè**'. Il lancio della campagna rappresenta per noi un traguardo molto importante, che testimonia la crescita e la solidità del marchio, leader nella vendita di bevande e caffè porzionato di alta qualità, attraverso una rete di oltre 120 punti vendita in franchising in Italia e all'estero, un successo che è frutto del lavoro dei nostri Affiliati e di uno straordinario team, conclude Umberto Gonnella.