

## **Caffè Borbone torna in comunicazione e lancia quattro nuovi spot** **Il primo soggetto sarà on air da Domenica 19 Aprile in TV e sui social**

**Milano, 17 Aprile 2020**

**Caffè Borbone**, azienda leader nella produzione specializzata di cialde e capsule sul territorio nazionale e internazionale, torna in comunicazione e lancia quattro nuovi spot. Il primo, in Tv a partire da domenica 19 aprile, è dedicato alla linea compostabile, prodotto molto apprezzato perché risponde alla vocazione green di molti consumatori garantendo un completo smaltimento nell'umido e, di conseguenza, rispettando l'ambiente.

**Innovazione, sostenibilità e tradizione**, intesa come valore aggiunto legato al gusto dell'espresso napoletano riconosciuto e imitato in tutto il mondo. Saranno questi i leit motiv di ogni spot, in piena coerenza con la **nuova strategia**, pensata per esprimere al meglio le specificità dei prodotti attraverso una storia emozionale in grado di narrarne, di volta in volta, il valore specifico in chiave esperienziale e in coerenza con il target di riferimento. Inoltre, ogni spot sarà anche focalizzato sulle peculiarità del singolo prodotto e dei propri valori intrinseci, come per esempio accade nello spot dedicato alla linea compostabile in cui un papà si rivolge alla figlia per trasferirle il valore ecologico e sostenibile.

"Un impulso comunicativo dato dagli ottimi risultati ottenuti dalle operazioni di posizionamento del brand del 2019, e che ora rendono necessario, come secondo step, il racconto delle diverse leve, specifiche per ogni prodotto" ~~(~~dichiara Mario de Rosa, Direttore Marketing e Comunicazione~~)~~.

A seguito di questo primo spot-sui prodotti compostabili, la cui linea comprende le cialde per tutte le miscele e capsule compatibili con sistema *A Modo Mio® di Lavazza® - miscela nera*, saranno poi trasmessi sul piccolo schermo film che racconteranno le altre linee di Caffè Borbone. Ognuno di questi darà enfasi alla **magica emozione** evocata dal claim, attraverso il racconto di un'unica storia alternata da scene che mettono in luce le caratteristiche del prodotto protagonista.

La TV sarà il media principale della campagna e il piano Digital vedrà un forte utilizzo delle piattaforme social, dove i contenuti delle pagine del brand saranno utilizzati in forma emozionale e per approfondire i valori della marca.

La campagna, pianificata da MediaCom Italia, sarà on air in TV, sui principali canali nazionali, a partire da domenica 19 aprile e per le due settimane successive, con uno spot in linea con il momento contingente, di forte difficoltà, dove la assicurazione diventa una necessità. Caffè Borbone ha messo in primo piano la famiglia, della casa, della relazione genitori/figli, dove i primi si fanno portavoce del valore del rispetto della natura da trasmettere ai propri figli. A fare da cornice il calore e la bellezza di Napoli che rimarcano l'origine e la territorialità di un'azienda che vuole tutelare la tradizione del caffè espresso facendone il suo primo valore.

*Lo spot è stato prodotto dalla Casa di produzione Indiana Production.*

Link:

<https://youtu.be/drdcSYq7QPk>

*Credits:**Per la Regia: Marcello Lucini**Fotografia: Marco Alfieri**Copy: Tiziana Martini**Executive Producer: Karim Bartoletti**Senior Producer: Silvia Bergamaschi**Post Producer: Alga Pastorelli.***About MediaCom**

MediaCom helps brands unlock growth through media. We do this by applying our unique Systems Thinking approach to data, technology and creativity to design communication strategies that build brands and generate sales.

As part of WPP, the world's largest marketing communications services group, and part of GroupM, WPP's consolidated media investment management arm, we have access to the richest data sets and most robust benchmarks in the business, enabling us to identify the best avenues for growth and unlock the potential in every brand.

Our success is underpinned by our long-standing belief that if we invest in our people, we'll deliver better results not only for our teams but also for our clients. "People First, Better Results" means that we invest in our people's careers and capabilities to help grow our clients' businesses.

In 2018, this approach led MediaCom to become the first network to hold all six major Media Network of the Year titles concurrently: Adweek, Campaign, Cannes Lions, Festival of Media Global, M&M Global and WARC Media 100. The agency retained the WARC Media 100 title in 2019, also winning Agency of the Year (MediaCom Israel) and Campaign of the Year (Gillette – I Don't Roll on Shabbos, MediaCom Connections Israel).

MediaCom is one of the world's leading media communications specialists, with billings of US\$13.5 billion (Source: COMvergence, March 2019), employing 8,000 people in 125 offices across 100 countries. Its global client roster includes adidas, Coca-Cola (TCCC), Dell, Mars, NBC Universal, P&G, PSA, Richemont, Shell and Sony.

For more information, visit [www.mediacom.com](http://www.mediacom.com)

Find us on Twitter [@mediacomglobal](https://twitter.com/mediacomglobal)

Like us on Facebook at [facebook.com/MediaComGlobalNews](https://facebook.com/MediaComGlobalNews)

Join us on LinkedIn at [linkedin.com/company/mediacom](https://linkedin.com/company/mediacom)