Bazzara Espresso lancia la campagna “Per chi sa scegliere”

spot-bazzara-0-eba644ca

Bazzara, torrefazione artigianale che da anni esporta miscele di alta qualità all’estero, ha scelto di dare il via alla **campagna pubblicitaria “Per chi sa scegliere”** per approcciare il mercato Italia e ampliare la propria brand awareness sul target consumer, attraverso l’implementazione di un piano di comunicazione sui media digitali.

Sviluppata in logica multichannel, la campagna comprende diverse attività ad alto impatto sia desktop che mobile - come **display adv sul network di Google, Search Adv e social ads su Facebook** - e si basa su una comunicazione evocativa, veicolata attraverso video e immagini che invitano il consumatore a riflettere sull’impatto di ogni scelta sul proprio stile di vita.

«Il primo commercial, con protagonista l’attrice **Zita Fusco**, inaugura un filone il cui fil rouge sarà il claim “per chi sa scegliere” – spiega **Adriano Rosso**, art director dello spot – e punta il focus sullo straordinario equilibrio di una miscela che racchiude in sé ben dodici diverse origini di arabica, strizzando l’occhio ad un pubblico consapevole ed in grado di riconoscere la vera qualità, attraverso la sequenza conclusiva dove la voce narrante sussurra “Per chi avvicina le labbra alla tazzina e ferma per un istante il mondo…».



La **pianificazione** della prima fase della campagna coinvolge testate online e portali di diverso genere: a fine aprile ha visto il suo avvio con una serie di

pre-roll video sulle notizie del network de *La Repubblica* e nei mesi di maggio e giugno si svilupperà su altre riviste, oltre che sui canali Facebook e Instagram.

«Siamo felici di aver avviato questo progetto – afferma **Franco Bazzara**, titolare dell'omonima azienda –. Da sempre ci affascina l'approccio tecnologico innovativo e pertanto abbiamo colto con entusiasmo la sfida che ci ha lanciato il nostro team interno di comunicazione».

«Per l'Italia abbiamo scelto di proporre la miscela più pregiata, il **Dodicigrancru**, declinata in quattro formati fra cialde e capsule compatibili – aggiunge l'amministratore delegato **Mauro Bazzara** – e voglio cogliere l'occasione per ringraziare **Matteo Prodan e Jorge Muchut**, rispettivamente regista e direttore della fotografia, che assieme ad Adriano sono riusciti a confezionare uno spot che in termini di atmosfera e messaggio veicolato mi sembra perfetto per comunicare un caffè di stampo artigianale, sofisticato e rispettoso delle tradizioni - pensato per un consumatore amante dei prodotti gourmet e in grado di apprezzare la complessità di una blend in cui si fondono perfettamente caffè "naturali" e "lavati": un mix che permette di ritrovare in tazza corpo e crema ma che esalta al contempo anche la vivacità del gusto e le note più fini».