#DrinkAsYouAre: al via la nuova campagna di 12oz per avvicinare la Gen Z

20231114131018 12oz-1ddb0938

Si chiama **#DrinkAsYouAre** la nuova campagna di **12oz**, format italiano specializzato nel servizio rapido di **bevande coffee&milk based**, pensata per promuovere 6 drink in edizione limitata ispirati a 6 diversi tipi di personaggi.

Ogni 12 del mese, tutti gli store della catena **propongono una nuova bevanda battezzata con il nome di un personaggio particolare**. La campagna ha debuttato il 12 novembre con il primo drink **“Preso Bene”**, un drink dagli accostamenti particolari: latte macchiato con poppin' coffee, panna montata, topping al caramello e pop corn.

“Abbiamo ripreso il concetto pirandelliano" spiega **Marco Russo**, Marketing & Communication Manager 12oz*. "Tutti possono rispecchiarsi e ritrovare la propria personalità abbinata ai nuovi drink. Ne abbiamo creati 6 diversi, 6 personaggi in cerca di drink. Un nuovo percorso, un* ***nuovo modo di raccontarsi ed essere vicini alla Gen Z*** *e a tutti coloro che abbracciano la filosofia di 12oz. Stiamo potenziando l’esperienza d’acquisto e nei prossimi mesi oltre alla campagna lanceremo nuovi importanti progetti”.*

Sei persone dello staff 12oz operative negli store **vestiranno i panni dei 6 personaggi negli scatti della campagna**, con l’obiettivo di rafforzare il legame reale tra la community e gli store. La caratterizzazione dei personaggi si avvarrà anche del **contributo stilistico di due brand** partner della moda dall’animo alternativo, street e rock in sintonia con lo stile di 12oz. In tutti gli outfit degli scatti della campagna lo staff indosserà scarpe **Cult** e vestiti della stagione autunno-inverno **Ice Play.**

La community dei 12ozers sarà coinvolta direttamente anche nel processo di creazione: al momento infatti sono già stati decisi i primi 5 drink, con la collaborazione di area e store manager dell’insegna che hanno scelto ingredienti e ricettazioni. **Saranno poi gli stessi clienti a far nascere il 6°**

drink/personaggio: inquadrando un qr code presente sul bancone di ogni store e rispondendo entro il 12 marzo a un sondaggio, potranno incoronare il 6° personaggio, scegliendo tra fuoriluogo, crocerossino e single.