Lavazza, al via la nuova campagna 'Pleasure makes us human'

20240829103515pr5-f9a64030

È Luigi il protagonista della **nuova campagna Lavazza**. Un piccolo robot senziente che serve caffè e che ogni giorno, assistendo alla reazione di puro piacere dei suoi colleghi umani mentre lo bevono, sviluppa il sogno segreto di assaggiarlo. Lo spot conta sulla presenza di due attori hollywoodiani, **Steve Carell e John Krasinski**, chiamati ad interagire divertendosi con Luigi in diversi episodi e in altri contenuti che saranno diffusi in vari canali media e Paesi.

*«Con la campagna **Pleasure Makes Us Human**, Lavazza eleva la comunicazione del marchio a un livello superiore* - spiega **Carlo Colpo**, marketing communication director e brand home director del Gruppo Lavazza -. *La narrativa analizza un tema attuale con l'uso di uno **storytelling poetico**, permeato da un delicato senso dell'umorismo volto a coinvolgere, divertire e intrattenere il nostro pubblico. La campagna presenta uno stile d'animazione all'avanguardia con Luigi, un personaggio tutto nuovo che però ricorda quelli storici delle prime pubblicità Lavazza, come **Carmencita e il Caballero**, dell'epoca del Carosello negli anni Sessanta».*

Una cover appositamente creata del classico di Doris Day **"Que sera, sera"** funge da filo conduttore di tutta la campagna: il testo e la famosa melodia si coniugano allo storytelling del film principale, creando un contrasto con il **tono di voce spiritoso e ironico** di molti degli asset.

"Pleasure makes us human" si compone di un trailer digitale di 90", seguito da diversi formati per la TV e le piattaforme social. In Italia, la campagna è **online nei canali di proprietà Lavazza e su YT Lavazza**.