Arrivano le nuove capsule monodose Mokarabia

mokarabia-capsule-28855727

Sono disponibili già da giugno le nuove **capsule monodose Mokarabia** compatibili con le macchine **Nespresso**. Si tratta come sempre delle migliori miscele, nate da una attenta selezione di chicchi crudi di arabica, sapientemente combinati e tostati per mantenere inalterato gusto e corposità. Di forte impatto è anche il nuovo packaging, che riprende alcune immagini iconiche della Milano degli anni ’50.

La forza evocatrice nelle nuove confezioni - Il mood creativo dei nuovi pack è un richiamo alla Milano degli anni ‘50, al periodo del boom, alla voglia di vivere e di ripartire dei milanesi. I valori associati a questa scelta di comunicazione vogliono rappresentare il legame profondo dell’azienda con il capoluogo lombardo e la capacità di tramandare l’eccellenza nel caffè di qualità. Ogni scatola è stata studiata per riportare il cliente alla storicità e all’italianità attraverso la rappresentazione di un dettaglio caratteristico di Milano: la Galleria Vittorio Emanuele II, il Castello Sforzesco, Piazza della Scala e l’immagine in bianco e nero che ritrae un ciclista durante lo storico Giro d’Italia.

Quattro differenti miscele per tutti i gusti - Le nuove capsule monodose,10 per ogni scatola, saranno proposte da Mokarabia insieme all’espositore da banco ai bar, quindi al mondo ho.re.ca e vending, in quattro miscele diverse: Classic, Strong, Deca e 100 % Arabica. Un’ampia scelta, per soddisfare tutti i gusti, da quelli più delicati a quelli più forti. Raffinate miscele di chicchi sudamericani accuratamente tostati per garantire intensità di profumo, dolcezza di aroma e profondità di sensazioni. Le capsule sono compatibili con le macchine Inissia, Citiz, Pixie, Essenza, Lattissima, U e Maestria ad uso domestico a marchio Nespresso, quindi si tratta di prodotti già idonei per il mass market.

«Il lancio delle capsule compatibili - spiega l'amministratore delegato di Mokarabia, **Luca Giani** - è un tassello molto importante dell’ampio progetto che mira al riposizionamento dell’azienda e a rafforzare il brand in Italia e all’estero. Stiamo investendo moltissimo sia a livello di innovazione tecnologica per i sistemi chiusi sia per allargare la nostra offerta di prodotto. L’obiettivo, infatti, è di continuare a offrire un prodotto e un servizio di qualità premium nel segmento professionale, guardando in prospettiva

anche al mondo consumer dove stiamo avendo ottimi riscontri soprattutto all’estero».