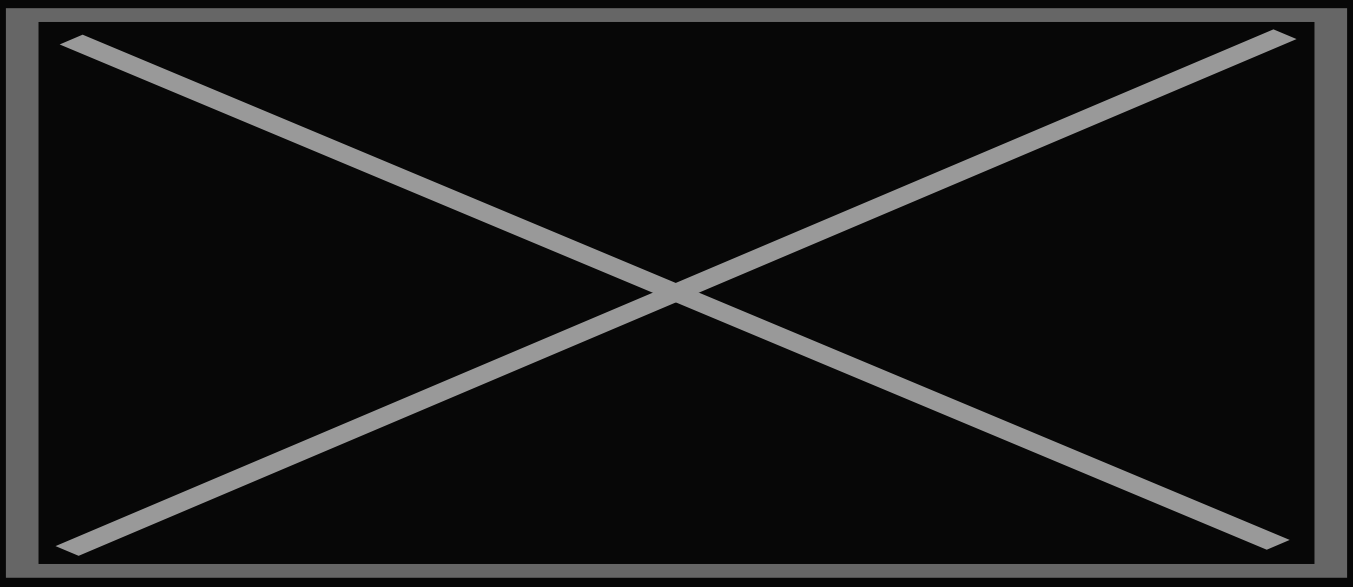
Illycaffè, campagna per le capsule in alluminio con Andrea Bocelli

bocelli-balcone-cmyk-def-small-3b6c4a24

Illycaffè supporta il lancio sul mercato delle **nuove capsule in alluminio compatibili con le macchine per caffè Nespresso** con una campagna di comunicazione integrata che vede come protagonista il global ambassador **Andrea Bocelli**, già al centro della campagna 2017 “LIVE HAPPilly”.

Ideata insieme all’agenzia di comunicazione **DLV BBDO**, la campagna mostra il Maestro che a conclusione di un suo concerto in teatro, incamminandosi verso la Piazza dell’Anfiteatro di Lucca, ricomincia a cantare. Un gesto spontaneo che amplifica la magia della musica e del bel canto. Come la voce di Bocelli raggiunge ancora più persone, risuonando tra i balconi e direttamente nelle case, così oggi con le nuove capsule in alluminio si moltiplica la possibilità di assaporare l’aroma inconfondibile dell’unico blend Illy.

“La nostra relazione con uno dei tenori più noti al mondo si basa su un’affinità profonda” nota **Massimiliano Pogliani**, Amministratore delegato di Illycaffè. “Andrea ha dedicato la vita a perfezionare la sua voce per offrire al mondo le sue migliori interpretazioni. La sua passione, l’amore per quello che fa, la cura paziente di ogni dettaglio lo rendono l’interprete ideale dei valori di Illycaffè, a sua volta impegnata, in oltre 80 anni di storia, a perfezionare il suo unico blend nell’intento di offrire il miglior caffè al mondo. Avremo un ambasciatore globale per una campagna globale, che toccherà oltre all’Italia i principali mercati internazionali”.



Illycaffè dà oggi la possibilità di accedere al suo gusto inconfondibile a un pubblico sempre più vasto. Le nuove capsule in alluminio propongono infatti l'unico blend Illy, in **tre intensità** grazie a diversi profili di tostatura: Classico dal gusto morbido e vellutato, nella doppia referenza espresso e lungo, Intenso espresso pieno e corposo e Forte espresso, la proposta più decisa.

La campagna di comunicazione è declinata su diversi formati: **digital** su asset display e video, **spot tv** , in formati da 60'', 30'', 20", 15" e 10", **affissioni e stampa** che mostrano Andrea Bocelli in due differenti situazioni: una, il key visual dello spot, mentre in piazza a Lucca degusta una tazzina di caffè illy dopo la performance verso il grande pubblico, l'altra di giorno mentre affacciato sulla Piazza dell'Anfiteatro di Lucca ne assapora tutta l'intensità. Il lancio della campagna sarà ulteriormente supportato da **materiali di comunicazione e in - store activation nel canale Grande Distribuzione** e sarà protagonista nelle vetrine degli Illy Caffè.

La campagna, sintetizzata dal claim "**Una storia senza fine per offrire al mondo il meglio di noi**", sarà in onda a partire dal mese di giugno.