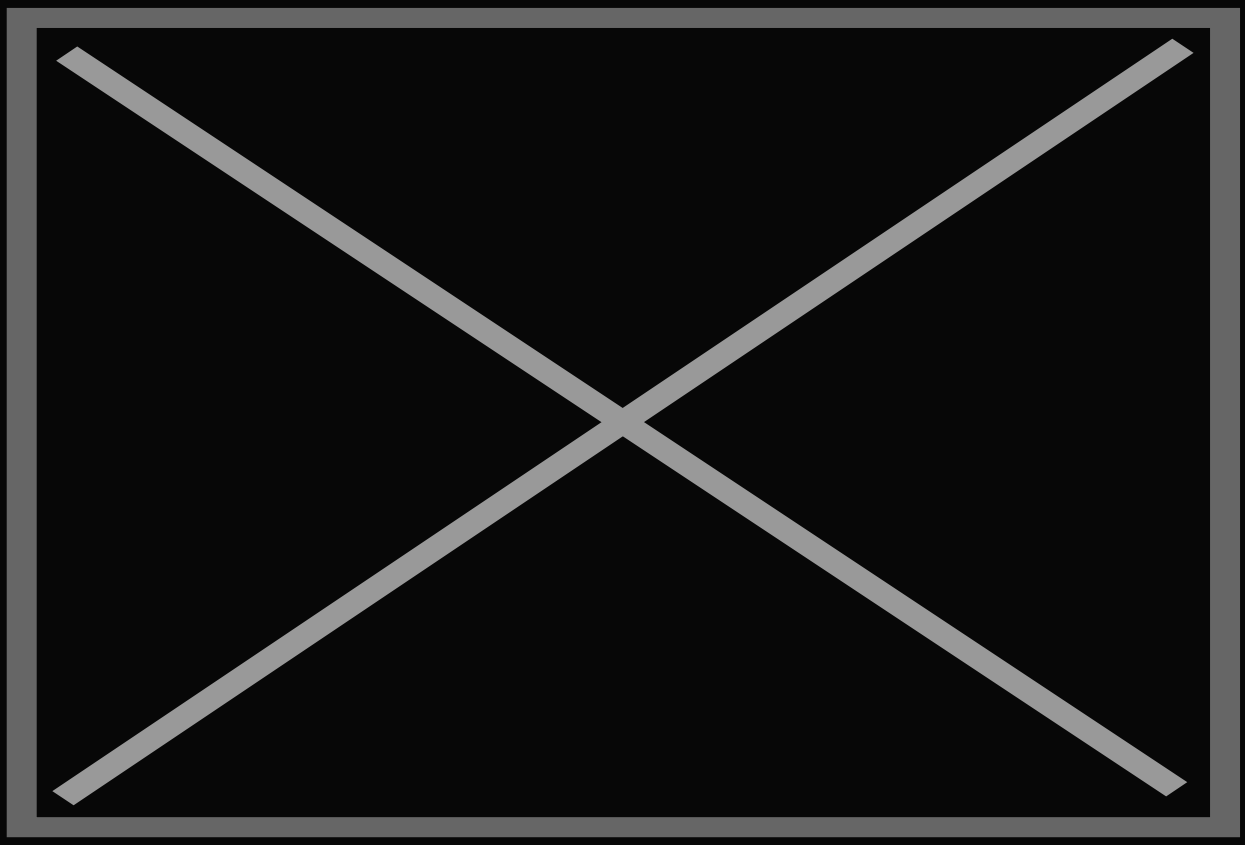
Premiata la creatività e comunicazione di Lavazza ai BEA 2019

La comunicazione Lavazza si conferma vincente. Ai Bea 2019 – Best Event Awards, il premio istituito da ADC Group, l'azienda si è aggiudicata il secondo posto del Bea a livello globale con Casa Lavazza, distinguendosi inoltre in diverse categorie: sempre con Casa Lavazza, ottenendo il primo posto nelle categorie Brand Activation e Evento B2C; con il progetto Banco Deséa – Lavazza A Modo Gufram, aggiudicandosi il primo posto nelle categorie Lancio di Prodotto e Utilizzo Unexpected di uno Spazio, oltre al terzo posto in Migliore gestione della Complessità organizzativa.

Da sempre momento di condivisione e di relazione, il caffè diventa l'occasione perfetta per raccontare la cultura napoletana con il progetto di "Casa Lavazza", realizzato con l'agenzia ALL Communication, un luogo d'incontro dove celebrare l'indissolubile legame fra l'amata bevanda e gli abitanti di Napoli.La comunicazione di questo progetto ha unito sapientemente tradizione e avanguardia attraverso una teaser tasting activation, un roadshow nelle zone più vivaci di Napoli e un appartamento in stile partenopeo nel cuore della città, in grado di far scoprire agli ospiti tutti i segreti della convivialità napoletana e di Crema e Gusto Ricco– rigorosamente preparato con l'intramontabile moka –dove si sono alternati incontri e workshop di arte, musica, cinema, cucina e sport. Ogni evento è stato promosso da una digital campaign e da un'operazione di influencer marketing. Seguendo la vocazione di Napoli per la street art, Lavazza ha promosso la prima opera fuori dal centro cittadino: un suggestivo progetto artistico a firma del partenopeo Umberto "Koso" Lodigiani: il murales 'Il Profumo della mia città' che racconta Napoli attraverso l'iconica tazzina Lavazza.



Premiato anche il progetto integrato per il lancio della macchina Deséa Golden Touch, una limited edition ideata da Gufram in collaborazione con Lavazza. L’evento – ideato in collaborazione con l’agenzia La Buccia – di cui questo lancio è stato protagonista ha spettacolarizzato il prodotto esaltandone stile, design e innovazione e giocando un ruolo di rilievo durante la Milano Design Week 2019. Attraverso l’allestimento dei Magazzini Raccordati, trasformati per l’occasione in un caveau - Banco Deséa- la macchina Deséa Golden Touch è stata presentata al pubblico in un modo unico ed esperienziale.