Bazzara Espresso, una campagna in occasione della Giornata del bacio

bazzara-campagna-baci-9c48b585

Il 6 luglio, in tutto il mondo, si festeggia la **Giornata del bacio**: simbolo perfetto dell'amore universale. Ed è questo il tema che il team di comunicazione della **Bazzara Espresso** ha scelto per predisporre la prossima **campangna pubblicitaria**, che si muoverà in logica multichannel, attraverso diverse attività ad alto impatto sia desktop che mobile, come display adv sul network di Google, Search Adv e social ad su Facebook.

"Abbiamo scelto la semplicità di un messaggio comprensibile a tutti - afferma **Adriano Rosso**, copy della campagna -. L'amore, difatti, nelle sue molteplici forme appartiene a ognuno di noi e dopo il terribile momento appena passato, sappiamo riconoscerlo e ne abbiamo bisogno".

"Riteniamo che associare il gesto del bacio a una campagna pubblicitaria sul caffè - aggiunge **Matteo Prodan**, art director dello spot - ci elevi in una posizione sociale che non fa distinzioni di genere, permettendoci di raggiungere un target di utenti diversificato".

La campagna, in controtendenza rispetto alla comunicazione classica del mondo caffeicolo, fa dunque leva su un concetto di "**body positivity**": il messaggio è positivo non solo perché comunica un sentimento ma anche l'accettazione di sé stesso e dell'altro/a, invitando a concedersi e assaporare un momento di felicità ogni qual volta sia possibile.

"Volevamo lanciare una campagna di comunicazione in grado di aumentare la brand awareness - dichiara **Franco Bazzara**, titolare dell'omonima azienda –, raggiungendo un target eterogeneo e trasversale, attraverso un messaggio rassicurante, ma, al contempo, in grado di colpire l'attenzione. In un momento come questo siamo convinti che in molti abbiano scoperto la bellezza di concedersi piccoli lussi quotidiani e siamo certi che la qualità del nostro caffè sia in grado di soddisfare questo tipo di bisogno".