Autogrill punta sul Coffee on the go con le paper cup natalizie

paper-cup-1ba43650

In occasione del Natale, Autogrill riveste di una texture ispirata ai classici e iconografici maglioni fatti a mano le sue paper cup, che nei formati piccolo, medio e grande, permettono alle persone di portare con sé, mentre sono in viaggio, i prodotti della caffetteria. Grazie alle paper cup il gruppo intende quindi rispondere a più moderne esigenze di consumo del caffè, rilanciando così la sua posizione sul mercato europeo del Coffee on the go. Obiettivo: rivolgersi a un pubblico sempre più ampio, giovane ed internazionale. Il tutto senza mai abbandonare l'essenza italiana, anche percepibile nella scelta e nell'uso delle materie prime.

«Quello della caffetteria è un settore dinamico e in evoluzione - ha detto lo Europe Bar Snacks&QSR concept manager di Autogrill, Stefano Giovanditto all'agenzia Ansa -. Anche l'innovazione è chiave in questo settore e il gruppo Autogrill lo ha nel suo dna, insieme alla capacità di saper leggere le tendenze attuali e anche quelle future».

La collezione Christmas Special, ad edizione limitata, è accompagnata da una campagna pubblicitaria interamente gestita da The Story Group e dalla sue agenzie, a partire dall'ade video (creato e prodotto da Social Content Factory) passando per la pianificazione social e YT Ads (a cura di Social Content Factory e Lifonti&Co) e per la landing page (di CabiriaBrandUniverse).

.