My music coffee, Caffè Moak in finale per il Compasso d'Oro

moak-e7a92088

My Music Coffee, il progetto serving di **Caffè Moak**, entra nelle pagine di **ADI Design Index 2016**, la prestigiosa pubblicazione annuale di ADI (Associazione per il Disegno Industriale) che raccoglie il miglior design italiano messo in produzione. My music Coffee, pensato e progettato da for[me]moak - l'agenzia pubblicitaria interna di Caffè Moak - è una linea di sei miscele di caffè, prodotte in 3 formati (capsula*, fap* e cialda), ognuno raffigurato da una famiglia di strumenti (fiati, corde, percussioni). A ogni caffè corrisponde un genere musicale, a cui è associato un colore pantone e uno dei brani delle sei band italiane emergenti, selezionate da **Paola Maugeri**. Su ciascuna confezione di caffè è inciso un QR code che riproduce il brano dell'artista selezionato.

mostra-milano2Spunto del progetto uno studio dello psicologo inglese **Charles Spence**, della Oxford University, in cui viene dimostrato che i suoni esaltano e modificano i sapori di cibi e bevande. "Il caffè – questa la motivazione degli esperti dell'Osservatorio permanente del Design - agisce come elemento per un'operazione di interazione sociale di tipo multisensoriale". I packaging di My music Coffee sono stati presentati, venerdì scorso, in una **mostra a Palazzo dei Giureconsulti a Milano** aperta al pubblico fino a domani (11 ottobre), per poi spostarsi a **Roma** dove saranno esposti a partire dal 28 ottobre. Selezionato tra 900 candidature e inserito nella categoria del Food Design, **il progetto di Moak concorrerà alla prossima edizione del Compasso d'Oro** (nel 2018), il più antico e autorevole premio mondiale di design. Nato nel 1954 da un'idea di Gio Ponti fu per anni organizzato dai grandi magazzini la Rinascente, allo scopo di mettere in evidenza il valore e la qualità dei prodotti del design italiano allora ai suoi albori. Successivamente fu donato all'ADI che dal 1964 ne cura l'organizzazione.

"Siamo orgogliosi e molto entusiasti - dice **Annalisa Spadola**, direttore marketing del Gruppo Moak - di essere stati selezionati per la pubblicazione sull'ADI Design Index 2016. Crediamo fortemente che i valori di ricerca e innovazione non siano legati solo alla selezione e al processo produttivo della materia prima, ma anche alla capacità di saper comunicare un prodotto con un linguaggio diverso, in

grado di suscitare emozione e appeal nel consumatore finale. In My music Coffee abbiamo, infatti, ricercato miscele uniche che sprigionassero aromi e profumi simili alla percezione sensoriale che si prova ascoltando le note della musica che più amiamo”.