



COMUNICATO STAMPA

Media Contact Ogilvy:

Silvia Corbetta

+39 3497667010

Silvia.corbetta@ogilvy.com

Ogilvy porta online la positività di Nutella® con un nuovo sito, anzi 46.

Milano, 17 Novembre 2020 – Internet ha tutto un altro sapore: il Love Brand italiano cambia il suo volto digitale in tutto il mondo e lo fa insieme a Ogilvy.

Ogilvy si è interamente occupata della progettazione e realizzazione della piattaforma global (<https://www.nutella.com/int/en/>) ed è in corso il roll-out delle localizzazioni sulle 46 country coinvolte, tra cui l'Italia (<https://www.nutella.com/it/it/>).

L'agenzia italiana del gruppo WPP ha affrontato questo grande progetto partendo da una semplice domanda: se la positività fosse un sito, come sarebbe? Dinamico, interattivo, utile, sorprendente, vicino. Tutti aggettivi che si possono vivere sia nella fruizione del contenuto che nel contenuto stesso. Il sito Nutella®, anzi i siti Nutella® sono stati ricreati interamente in termini di User Experience e User Interface.

Per rendere la navigazione un dialogo tra Brand e consumatore, il nuovo sito Nutella® è ricco di animazioni e micro-animazioni inattese, living product e nuove dinamiche che prendono ispirazione dagli strumenti digitali che le persone usano tutti i giorni. Anche gran parte del contenuto è stato rivisto per essere più vicino alle persone, per essere ancora più coinvolgente e diffondere attraverso le parole quella stessa positività di cui Nutella® si è fatta promotrice.

Altre tematiche di rilevante importanza che sono state maggiormente approfondite ed esaltate, sono quelle relative alla sostenibilità del Brand e alla qualità dei suoi ingredienti. Attraverso la nuova UI e UX, il sito Nutella® coinvolge gli spettatori nelle azioni intraprese dal Brand, chiedendo loro di diventare attori attivi e raggiungere insieme un più ampio impatto positivo nel mondo.

“La grande sfida non è stata solo creare una piattaforma solida, scalabile coordinando e accogliendo le necessità di tutte le country coinvolte, ma soprattutto disegnare una nuova esperienza digitale capace di rappresentare e mettere in connessione un grande Love Brand come Nutella® con tutto il mondo.” Dichiarò Daniele Bacigalupi, CDO di Ogilvy.

Credits:

Chief Creative Officer: Giuseppe Mastromatteo

Creative Director: Roberto Fratoni

Senior Copywriter: Marta Vitale

Art Director: Claudio Sibio

CDO: Daniele Bacigalupi

Account Handling: Chiara Caccia, Lisa Spalenza, Serena Sacchero

Consulting & Design Director: Marco Pelà

UX designer: Silvia Riva

Project Manager Director: Stella Stasi

Project Management: Tiziana Gammarota, Norman Manfredi, Miriam Ratti

Head of Technology: Marco Manfredi

Tech team: Kushan Gunasinghe, Andrea Nigro

Data Entry: Stefano Amadeo, Danilo Deponti

A proposito di Ogilvy

Ogilvy ha creato campagne di marketing leggendarie e innovative fin dal 1948, anno in cui David Ogilvy ha fondato l'agenzia.

Secondo "Fortune Global 500 Companies", oggi Ogilvy è un network creativo integrato e pluripremiato che dà valore ai brand e al business dei propri clienti in 83 paesi del mondo con 132 uffici. Ogilvy si occupa del design della marca, dell'esperienza intorno alla marca e della comunicazione della marca stessa per modellare ogni aspetto delle esigenze di un brand attraverso le sue capability fondamentali: Brand Strategy, Advertising, Customer Engagement e Commerce, PR e Influence, Digital Transformation e Partnership. Ogilvy fa parte di WPP (NASDAQ: WWPGY). Per maggiori informazioni, visitare <http://www.ogilvy.com/>, o seguire Ogilvy su Twitter @Ogilvy e su [Facebook.com/Ogilvy](https://www.facebook.com/Ogilvy)