



**LE TALK STORIES DI LEVISSIMA DEDICATE AGLI EVERYDAY CLIMBERS SI AGGIUDICANO IL 18° INTERACTIVE KEY AWARD PER LA CATEGORIA BRAND ENTERTAINMENT/WEBSERIES**

*Una comunicazione firmata dall'agenzia Ogilvy Italia che racconta le storie di chi ogni giorno conquista la propria piccola o grande vetta con determinazione, passione e sete di vita*

**Le talk stories degli Everyday Climbers** firmate da Levissima insieme all'agenzia Ogilvy Italia, salgono sul podio della diciottesima edizione dell'Interactive Key Award per la categoria Brand Entertainment/Webseries. Un premio che conferma capacità del brand di acqua minerale originario della Valtellina, di evolvere la propria comunicazione raccontando storie di chi ha raggiunto la propria vetta con passione, determinazione e sete di vita. **Levissima, l'acqua minerale di chi ha sete di vita**, vince con l'innovativo format che vive sul web, condotto dallo story teller Corrado Fortuna per dare voce a tutti coloro che ogni giorno con coraggio, determinazione e passione scalano la propria vetta. **Dal calciatore rossonero  Davide Calabria , alla scrittrice  Chiara Gamberale , fino alla ricercatrice universitaria e ai giovani snowboarders**, tante le storie, più o meno note. **Perché tutti hanno una vetta da conquistare.**

**“A fine 2015 abbiamo iniziato uno stimolante percorso di comunicazione con il nuovo spot dedicato agli #EVERYDAYCLIMBERS, gli “scalatori di vette quotidiane”. Persone attive, dinamiche, che ogni giorno hanno il proprio piccolo o grande obiettivo da raggiungere, che fanno del coraggio e della determinazione il loro credo e non si arrendono davanti ad una caduta, ma si rialzano e si rimettono in moto, con lo sguardo fisso sulla cima – ha affermato **Elena Spatoloni, Senior brand manager Levissima** -. Con l'attività digital abbiamo poi voluto dare voce in modo più diretto a coloro che riteniamo essere veri e propri emblemi di questa filosofia di vita. **Abbiamo scelto alcuni nomi noti**, riconosciuti per avere una storia privata o professionale fatta di sfide, **ai quali abbiamo affiancato anche storie di persone comuni, caratterizzate però da una forte passione che li rende** sempre pronti a ripartire con lo sguardo fisso ad una nuova vetta”.**

**Una strategia digital che con più di 3.5 milioni di visualizzazioni su Facebook e Youtube e una video likeability dell'84%, ha saputo valorizzare due degli elementi fondamentali per una comunicazione all'avanguardia: l'utilizzo del video lo sviluppo di uno storytelling** capace di raccontare a 360° i valori di un brand, permettendo al consumatore di sentirlo vicino e affine alle proprie esperienze di vita. Le video pillole dedicate agli Everyday Climbers sono state rilasciate sul sito durante tutto l'anno 2016 e sostenute con **un'importante programmazione di video e social advertising, completamente rinnovato e con una sezione dedicata proprio agli Everyday Climbers, sia sui canali social del brand, Instagram e Facebook**, che sono stati il centro del nuovo ecosistema digitale Levissima come il negozio #Everydayclimbers e il magazine, ad esempio. Il primo step di una content strategy che oggi prosegue mettendo al centro il consumatore con un photo contest che va a premiare la passione per la montagna, da sempre nel Dna del brand. Una comunicazione a 360° che ha

permesso ai consumatori dell'acqua minerale Levissima di sentirsi più vicini al brand, da sempre riconosciuto per la sua purezza e il forte legame con le sue origini. **Una vera e propria community che sta crescendo sui social.**  
<https://www.instagram.com/explore/tags/everydayclimbers/>

## **Credits**

**Web Agency:** Ogilvy Italia

**Executive Creative Director:** Paolo Iabichino e Giuseppe Mastromatteo

**Senior Art Director:** Matteo Pelo

**Art Director:** Tatiana Silvestri

**Senior Copywriter:** Alberto Crignola

**Account Director:** Claudia Lucchini e Elena Angaroni

**Junior Account:** Sofia Molteni

**TV Producer:** Francesca D'Agostino

**Head of Planning:** Filippo Ferraro

**Community Manager:** Enrico Serra e Francesca Schiavone

**Casa di produzione:** Black Mamba

**Regia:** Marco Bellone e Giovanni Consonni

*Levissima è una delle acque minerali del Gruppo Sanpellegrino, riconosciuta come archetipo dell'acqua e simbolo di purezza, da sempre impegnata nella tutela della fonte da cui ha origine e nella salvaguardia della risorsa acqua. Sanpellegrino è la più significativa realtà nel campo del beverage in Italia, grazie ad un ricco portafoglio di acque minerali, aperitivi analcolici, bibite e tè freddi. I suoi prodotti sono presenti in oltre 145 paesi attraverso filiali e distributori sparsi nei cinque continenti. Parte del Gruppo Nestlé - azienda leader a livello mondiale in Nutrizione, Salute e Benessere – Sanpellegrino è da sempre impegnata nella valorizzazione dell'acqua, bene primario per il Pianeta, e lavora con responsabilità e passione per garantire a questa risorsa un futuro di qualità.*

## **Contact**

### **Responsabile Relazioni Esterne**

Prisca Peroni

[prisca.peroni@waters.nestle.com](mailto:prisca.peroni@waters.nestle.com)

tel. 02-31971

### **Found!**

Alessandra Ravelli

[alessandra.ravelli@foundcomunicazione.com](mailto:alessandra.ravelli@foundcomunicazione.com)

tel. 02-20404212