



COMUNICATO STAMPA

Media Contact:

silvia.corbetta@ogilvy.com

+39 3497667010

Silvia.corbetta@ogilvy.com

"Ti Amo Italia"

Nutella ci fa vedere il nostro paese con occhi nuovi, grazie all'operazione creata da Ogilvy e realizzata in partnership con Caffèina, Enit, AQuest e Mindshare.

Milano, 21 settembre 2020 – È in arrivo a ottobre la nuova operazione di Nutella; quest'anno, tutta dedicata all'Italia. Perché proprio in questo anno possiamo cogliere l'occasione di apprezzarla e guardarla con occhi diversi, imparando a scoprire quanto di bello ci circonda.

Un invito che sta per concretizzarsi con una grande campagna integrata, per offrire un'esperienza innovativa agli abitanti di tutta Italia, attraverso molteplici canali, alla scoperta dello straordinario nell'ordinario quotidiano.

“Se guardi bene, ogni cosa è straordinaria”: questo l'invito rivolto agli italiani dell'operazione creata da Ogilvy e distribuita da Mindshare, che attraverso un piano di affissioni outdoor mostrerà il lato inedito dei panorami che ci circondano, che conosciamo e che spesso diamo per scontati.

Un nuovo modo di vedere il nostro paese che verrà raccontato anche attraverso la campagna tv e digital, dove questi aspetti sorprendenti mettono in connessione panorami apparentemente diversi, con l'obiettivo di mostrarne un lato nuovo.

Gli stessi panorami saranno i protagonisti dell'inedita collezione di 30 vasetti, a cura di **Caffèina**, in collaborazione con Enit, disponibile nei punti vendita dal 12 ottobre e disegnata per raccontare tutta la bellezza dell'Italia, coprendo tutte le regioni nei loro angoli e nei loro colori più sorprendenti e unici. Dai borghi alle montagne, dalle isole alle città, dalle acque cristalline ai paesi colorati: ogni vasetto, uno scorcio d'Italia.

Ma questo è solo l'inizio di un grande viaggio, da fare anche comodamente seduti a casa: perché sia sui vasetti che sulle affissioni sarà presente un QR Code che permette di accedere virtualmente allo stesso luogo, **grazie a un'esperienza 360 disegnata da Ogilvy e AQuest**: gli utenti si troveranno catapultati nel luogo scelto che potranno esplorare in ogni direzione scoprendo curiosità mai sentite prima.

E per mettere alla prova la conoscenza dell'Italia da parte degli utenti, **un grande Quiz, creato da Ogilvy in collaborazione con Enit**: 4 categorie (storia, territorio, curiosità e ricette), 48 domande, e 7 influencer VIP, ovvero **VERY ITALIAN PEOPLE**, scelti per il loro legame con il territorio, pronti a dare la risposta giusta. Un'esperienza di gamification collegata a un concorso: perché chi saprà dare il maggior numero di risposte giuste potrà vincere il badge di VERY ITALIAN PEOPLE e partecipare a un esclusivo corso di cucina in modalità streaming con gli chef della Scuola de La Cucina Italiana.

A completamento dell'esperienza, un ricco piano social firmato da Ogilvy, per accompagnare gli utenti alla scoperta della collezione, delle curiosità del nostro paese, delle ricette tradizionali selezionate con La Cucina Italiana, e per far loro percepire la ricchezza dell'Italia. E dire, una volta per tutte, **“Ti Amo, Italia”**.

A proposito di Ogilvy

Ogilvy ha creato campagne di marketing leggendarie e di innovazione culturale 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)