


Ogni tuo viaggio inizia su

Destinazione Viaggio 



Clicca qui
per acquistare
il tuo biglietto aereo

Acqua Panna: buonissima, anche nell'animo On air da domenica la nuova campagna con nuovo posizionamento, nuovo packaging, nuovi valori

di Paola Russo

"Non ho creato il tuorlo d'uovo marinato perché fosse affogato in un'acqua qualsiasi", afferma con elegantissimo minimalismo lo chef Carlo Cracco, scelto come testimonial per la campagna realizzata con elegantissimo minimalismo per l'elegantissima e minimalista Acqua Panna.

Ieri, alla presentazione della nuova campagna, era tutto di elegantissimo minimalismo, dallo styling della sala alla mise dei giornalisti (io compresa, che col mio piccolo trench in vinile e le mie piccole ballerine facevo tanto bon ton, tanto Audrey Hepburn).

Per forza, anzi of course, siamo al Design Café, Triennale di Milano, Italy, Occidente.

Da noi, in occidente, c'è acqua e acqua, brand e brand, campagna e campagna. E meno male che è così, perché qualche volta è un modo per fare la differenza, e fare qualcosa per chi vive un'esistenza differente. La vera notizia alla conferenza stampa di ieri in Triennale non era tanto il rilancio di Acqua Panna, ma che Acqua Panna e Carlo Cracco sostengono Amref.

"Per il rilancio italiano e internazionale di Acqua Panna" spiega Clement Vachon, Direttore Comunicazione Sanpellegrino "abbiamo deciso di puntare sul concetto di eccellenza. Il prodotto all'estero è già sinonimo di gusto e alta gastronomia e il claim della nuova campagna ideata dall'agenzia, "per amore della buona tavola", esprime esattamente il positioning del marchio. Inoltre, per la prima volta avremo un testimonial d'eccezione: Carlo Cracco, uno dei 50 migliori chef al mondo". "Lo spot, che andrà in onda il 1° giugno, è stato girato nelle cucine del ristorante di Cracco" racconta Roberto Greco, direttore creativo Ogilvy. "Volevamo uscire dal cliché del solito cuoco delle pubblicità. Abbiamo scelto Carlo per la sua autenticità e la sua capacità di raccontare la verità dell'Acqua Panna, cioè il gusto".

Ma il bello viene adesso, quando Vachon riprende la parola. "La nuova campagna non ci bastava, volevamo fare qualcosa in più, andare oltre. Il nostro prodotto è l'acqua, e proprio pensando all'acqua con Carlo è nata l'idea. Abbiamo deciso di impegnarci, insieme, sostenendo Amref, l'organizzazione sanitaria non profit che da 50 anni opera per la salute



globale in Africa, in un progetto che porterà l'acqua in Kenia. Il progetto durerà 15 mesi e comprenderà la realizzazione di un pozzo, studi idrologici, educazione all'igiene, attività di microcredito e formazione tecnica". Certo, l'acqua che sgorgherà da quel pozzo sarà una semplicissima accadueo e non l'elegantissima e minimalista Acqua Panna. Ma scusa se è poco.

