

Date: 06/11/06

Réf: Nescafé Dolce Gusto

L'esthétique et la diversité au service du café.

Nestlé et son partenaire Krups lancent sur le marché NESCAFÉ Dolce Gusto, un nouvel appareil qui fera date, et pas seulement pour son design aux rondeurs impertinentes.

NESCAFÉ Dolce Gusto permet en effet d'obtenir en un tournemain 4 sortes de café tout aussi succulentes les unes que les autres: Latte Macchiato (avec une délicieuse mousse de lait), Cappuccino, Caffé Lungo ou Espresso. Il suffit de glisser la capsule dans l'appareil, d'actionner le levier et le tour est joué!

Pour assurer la promotion de cette nouveauté au design étonnant, McCann Erickson lance une campagne TV et annonces mettant l'accent sur l'esthétique et la diversité proposées par NESCAFÉ Dolce Gusto. Le spot, qui présente les 4 variétés de café, met en scène l'appareil disponible en 3 couleurs les rythmes endiablés de « Sex Machine », le hit planétaire de James Brown.

Créé par McCann Erickson Londres, l'adaptation de la campagne pour le marché suisse a été confié à la filiale genevoise de l'agence. Le spot a été produit par Home Corp Limited à Londres.

((Visual TVC))

McCANN ERICKSON

Communiqué de presse

McCANN ERICKSON

Communiqué de presse