



COMUNICATO STAMPA

Media Contact:

Arianna Vetrugno

+39 0260789 426

Arianna.vetrugno@ogilvy.com

**NUTELLA GEMELLA: LA NUOVA EDIZIONE LIMITATA CREATA CON OGILVY
VA OLTRE LE DISTANZE E LE DIFFERENZE.**

Milioni di vasetti, ognuno con un solo gemello. Perfettamente identico.

Un'edizione limitata nata per connettere le persone

e scoprire che c'è sempre qualcosa che ci unisce.

Con una campagna integrata su tutti i media.

Milano, 8 ottobre 2019 – Dopo aver celebrato l'unicità delle persone, Nutella vuole fare qualcosa di più: unirle, superando ogni distanza. Perché è nell'incontro tra le differenze che nasce la vera ricchezza.

Ecco perché insieme ad Ogilvy ha creato Nutella Gemella: milioni di vasetti tutti unici, tutti diversi, ognuno con un gemello identico in tutto e per tutto.

Ogni consumatore potrà scegliere il vasetto che lo rappresenta, ma chi avrà scelto il tuo gemello?

Basta registrare il proprio vasetto sulla piattaforma dedicata, rispondere a un breve test sulle proprie passioni e interessi, e aspettare: se anche il proprietario della Nutella Gemella farà lo stesso, i due scopriranno come si chiamano, dove si trovano, ma soprattutto cos'hanno in comune oltre all'amore per Nutella.

Si crea così un legame che attraversa lo stivale, come dimostra la connessione che si attiva tra i due vasetti sulla mappa d'Italia: presente sul sito, e protagonista di uno spettacolare outdoor digitale in Gae Aulenti, dove vengono visualizzati in real time i vasetti attivati e le Nutelle Gemelle che si sono trovate.

Perché in fondo c'è sempre qualcosa che ci unisce, ed è questo il concetto alla base della campagna TV, on air dal 6 ottobre e outdoor, dal 14, dove coppie di persone molto diverse tra loro posano con i loro vasetti gemelli, dimostrando che l'incontro è possibile, e che nelle differenze si possono trovare grandi punti di unione.

A corollario dell'intera operazione un progetto speciale social: una serie a episodi dove 4 coppie di persone totalmente opposte per passioni e stili di vita, e che non si sono mai incontrate prima, vengono invitate a rispondere alle domande dell'esperimento di Arthur Aron, "Experimental Generation of Interpersonal Closeness". 36 domande in 45 minuti per conoscersi meglio, e scoprire che in fondo siamo più vicini di quanto immaginiamo.

“Siamo davvero felici di veder nascere questa campagna – commenta Giuseppe Mastromatteo, Chief Creative Officer di Ogilvy – perché non solo rappresenta un passo importante per l’evoluzione di una marca così importante, a cui siamo arrivati insieme dopo anni di collaborazione, ma anche perché è una campagna davvero integrata, pervasiva, che ha coinvolto tantissime figure e tantissime skill dell’agenzia, e che mira attraverso una serie di touch point a portare un messaggio forte, rendendo il brand ancora più rilevante per tutti i consumatori, in tutta Italia.

Sito: www.nutellagemella.nutella.it

Spot TV: <https://youtu.be/a6O5Yd8xwsc>

Credits

Chief Creative Officer: Giuseppe Mastromatteo

Creatività: Lavinia Francia, Andrea Sghedoni, Valeria Cornelio, Paolo Tognoni

Planning: Alessia Vitali, Gaia Ottaviano

UX: Marco Pelà, Silvia Riva

Social: Luca De Fino, Nicola Pavan, Emma Grisi

Client service: Daniele Bacigalupi, Lina Scalea, Serena Sacchero

Producer: Francesca D’Agostino

Project Management: Stella Stasi

Sviluppo tecnico: Marco Manfredi, Alberto Amerio, Andrea Nigro, Paolo Drovetti, Kushan Gunasinghe

CDP video: Haibun

Regia: Maki Gherzi

Photographer: Marco Craig

Designer Agency: PinkSalt

Designer: Daniele Simonelli

Animazione: That’s Motion

Production Advisor & Cost Controller: VA Consulting

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)