



Monday 9th October 2017

NESCAFÉ GOLD, LA NOUVELLE CAMPAGNE « CES QUELQUES PERSONNES » PAR PUBLICIS WORLDWIDE

Publicis London et Publicis Conseil apportent de la vie au nouveau slogan "NESCAFÉ Gold. Pour ces moments qui comptent."

NESCAFÉ et Publicis Worldwide lancent une nouvelle campagne NESCAFÉ Gold qui traversera l'Europe. Le Royaume-Uni sera le premier à se lancer avec un spot de 90 secondes diffusé à la télévision, les cinémas et en ligne à partir du lundi 9 octobre.

La dernière campagne intitulée «Those few people» (Ces quelques personnes), créée par Publicis London et Publicis Conseil, se concentre sur le pourquoi il est important de passer des moments avec ceux qui nous importe. Ce nouveau projet permet à NESCAFÉ Gold de relancer son produit avec une formule mise à jour apportant des mélanges spéciaux fabriqués avec des grains « Arabica Highland » plus brutes révélant l'âme du grain pour un goût plus fin et plus complet.

La campagne comprend des spots télévisés émotionnels qui relient les soins que nous mettons dans nos relations, avec les soins et l'attention qui consiste à faire une tasse de NESCAFÉ Gold. La campagne présentera également une refonte de son emballage classique avec un nouveau design moderne.

NESCAFÉ Gold croit que toutes les relations significatives sont rares, précieuses et intéressantes, car elles enrichissent notre vie. La campagne vise à soutenir le message que nous allons rencontrer environ 80 000 personnes au courant de notre vie, mais seulement quelques-unes seront vraiment spéciales pour nous. Nous n'avons pas souvent la chance de faire un tas de connexions vraiment significatives, de sorte que celles que nous réussissons à établir vaut la peine de faire des efforts et de s'y accrocher.

Le film comporte un homme sur scène s'adressant aux milliers de personnes qu'il a rencontré dans sa vie : copains de l'université, connaissances d'une nuit, collègues ... la liste est sans fin. Mais qui sont ces personnes spéciales qui le connaissent vraiment ?

Il se termine par le nouveau slogan NESCAFÉ Gold : « NESCAFÉ Gold. Pour les moments qui comptent. ».

Il a été filmé dans le théâtre romain de Plovdiv en Bulgarie.

Nicolas Huillet chez NESCAFÉ déclare : « *Pour la relance régionale EMENA de notre NESCAFÉ Gold, nous avons collaboré avec Publicis sur des marchés clés pour développer une nouvelle communication fondée sur la combinaison de notre expertise à long terme sur le café, également notre volonté de favoriser les connexions. Cette nouvelle campagne entièrement intégrée démontre de manière créative la nécessité pour les gens de continuer à*

se connecter à ces personnes importantes, ainsi que nos capacités à gagner en croissance dans le segment du café premium ».

Pour Bruno Bertelli, Global Chief Creative Officer de Publicis Worldwide: « NESCAFÉ a toujours défendu l'importance de partager des moments spéciaux avec ceux dont nous nous préoccupons. C'est cette idée que nous développons dans «Those Few People», un rappel de tous ces moments précieux qui ont vraiment eu un impact sur notre vie, ceux qui étincellent la nostalgie et ceux que nous n'oublierons jamais. »

CREDITS

TITLE: Those Few People

CLIENT: NESCAFÉ Gold Blend

ADVERTISING AGENCY: Publicis Worldwide

CHIEF CREATIVE OFFICER: Bruno Bertelli

NESTLÉ GLOBAL CREATIVE DIRECTOR: Kike Gutierrez (Publicis Conseil)

EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR: Dave Monk (Publicis London)

CREATIVE DIRECTOR: Polina Zabrodskaya (Publicis London)

SENIOR COPYWRITER: Joshua Norbury (Publicis London)

COPYWRITER: Josh Cunningham (Publicis London)

ART DIRECTOR: Victoria Lench (Publicis London)

PLANNING TEAM:

Head of Strategic Planning: Alastair MacLean (Publicis Conseil)

Senior Planner: Raj Thambirajah (Publicis London)

Planner: Daniel Groh (Publicis Conseil)

ACCOUNT TEAM:

Worldwide Account Director: Dennis DeYonker (Publicis Worldwide)

International Business Director: Laurent Duvivier (Publicis Conseil)

International Group Account Director: Shannon Eddy (Publicis Conseil)

International Account Director: Lica Zung (Publicis Conseil)

International Account Manager: Alice Galliné (Publicis Conseil)

Business Director: Scott Needham (Publicis London)

Account Director: Karolina Gogarowska (Publicis London)

Account Executive: Rupert Bloor (Publicis London)

PRODUCTION:

PRODUCER: Karen Barel / Solène Franck

PRODUCTION COMPANY: Quad Productions

DIRECTOR: Henry Mason

EDITOR: Eric Jacquemin

AGENCY PRODUCER: Nathalie Levincent, Prodigious

POST-PRODUCTION COMPANY: Prodigious

POST-PRODUCTION MANAGER: Fanny Huguet

AUDIO POST-PRODUCTION COMPANY: Prodigious Sounds

MEDIA BUYING AGENCY: Zenith Optimedia

MEDIA PLANNER: Nick Pointning

CITY / COUNTRY: London, UK

EXPOSURE: EMENA

Communication contacts

Lizzie Dewhurst | @Publicis Worldwide

E : lizzie.dewhurst@publicis.com

T: +44 794 991 8194

Emilie Seid | @Publicis Conseil

E : emilie.seid@conseil.publicis.fr

T: +33 6 48 31 01 51