

---

# Campagna stampa ICAM - AGOSTONI Linea Professionale

## CLIENTE

ICAM - AGOSTONI Linea Professionale

## PRODOTTO

Cioccolato

## ANNO DI LANCIO E CONTESTO

Il cioccolato ICAM è frutto della passione che la famiglia Agostoni tramanda dal 1946, facendosi interprete di un'autentica cultura del made in Italy. In occasione del 70°, ICAM presenta Agostoni, nuova proposta dedicata ai professionisti, da introdurre sul mercato di riferimento di Icam Linea Professionale, offerta esistente dal 2004 rivolta ai cultori del cioccolato.

## POSIZIONAMENTO MARCA

ICAM è un brand di successo tra i professionisti, che apprezzano gusto e qualità delle materie prime, coltivate nel rispetto della sostenibilità ambientale, sociale ed economica; presidia l'intera filiera, seguendo direttamente le attività agricole e realizzando internamente ogni step produttivo. All'estero, che conta il 50% delle vendite, i principali mercati sono Spagna, USA, Norvegia, Repubblica Ceca, Slovenia, Croazia, Marocco, Grecia, Germania e Arabia Saudita.

## TARGET DI RIFERIMENTO

Il core target sono maestri cioccolatieri, gelatieri e pasticciere in cerca di materie prime per le loro creazioni. Target secondario, laboratori artigianali e panificatori.

## STRATEGIA CREATIVA

Il brief chiedeva d'interpretare l'eccellenza del cioccolato e del gusto italiano, la storicità del brand e la filiera integrata con una campagna globale che presentasse la novità senza definire Agostoni da subito come nuovo marchio. Da lì, l'idea di esprimere l'italianità tramite una serie di opere d'arte suscitate disponendo su un piano la polvere di cacao. Cacao su tela. Come a dire che da quel cacao si possono già vedere le creazioni che nasceranno. Per raccontare l'arte italiana del cioccolato attraverso l'arte italiana dalla A maiuscola.

---