



## **Twinings torna on air con lo spot dell'Earl Grey** **Dal 9 novembre 'Il piacere del vero tè' è in tv e in radio**

**Milano, 10 novembre 2008** – **Twinings**, l'azienda inglese sinonimo di tè per eccellenza, da ieri ha portato il suo stile sofisticato ed elegante nelle tv e nelle radio italiane con una campagna pubblicitaria realizzata dall'agenzia francese **Business** e riadattata per il mercato italiano da **ADF&R**, agenzia di comunicazione promozionale e pubblicitaria.

Lo spot ha come protagonista l'**Earl Grey**, il celebre tè nero aromatizzato al bergamotto creato da Twinings nel XIX secolo per il Conte Grey, e tuttora la miscela più venduta in Italia e nel mondo.



Lo spot si apre con una danza delle foglioline di tè insieme alla nuova etichetta di Twinings Earl Grey che, trasportate da un vento leggero, vanno a comporre una fumante tazza di tè sulle note del jingle *'I love Twinings, I love tea'*, creato riadattando la celebre melodia degli anni 40 Java Jive riarrangiata poi dai Manhattan Transfer.

Dopo aver mostrato le confezioni di Earl Grey e Earl Grey deteinato, la protagonista assapora con soddisfazione il suo tè dal gusto inconfondibile, concludendo con il pay off **'Twinings il piacere del vero tè'**.

Lo spot riesce a evocare con immediatezza il mondo Twinings e tutto quell'universo di sensazioni e godimento racchiuso in una tazza del celebre tè inglese. L'impianto audio è così efficace e memorabile che Twinings ha deciso di utilizzarlo invariato per la versione da 20" dello spot radiofonico.

*"Da sempre Twinings ha come suo obiettivo principale quello di posizionarsi come il tè di alta qualità grazie al quale è possibile ritagliarsi un momento di piacere da dedicare a se stessi – ha dichiarato **Fabio Pesce**, General Manager Twinings per l'Italia. "Pensiamo che questo spot riesca a ricostruire al meglio l'atmosfera, lo stato d'animo e le sensazioni che una tazza di tè Twinings è in grado di regalare ai consumatori italiani da oltre 50 anni."*



La campagna pubblicitaria, on air dal 9 novembre, sarà pianificata per tre mesi sulle reti Mediaset. Verrà inoltre supportata da una pianificazione radiofonica di tre settimane su RTL e Radio Montecarlo.

### **Per maggiori informazioni:**

Cohn & Wolfe - Azzurra Maiocchi/Valentina Puggioni  
azzurra.maiocchi@cohnwolfe.com  
valentina.puggioni.ce@cohnwolfe.com  
Tel. 02 20239.1 – Fax. 02 201584



Lo spot verrà proposto nella versione da 20". Agnès Szulka e Virgine Lachartre sono rispettivamente copy writer e art director dell'agenzia francese Business. La regia è stata curata da Akama Studio mentre la produzione da PM Pub.

Le foglioline di tè in movimento, un motivo piacevole e facile da memorizzare, un'atmosfera di raffinata, soffusa eleganza: questi sono gli elementi essenziali della nuova campagna pubblicitaria, che in soli 20" riesce ad esprimere tutto lo stile di Twinings, insieme alla sua inconfondibile qualità.

***Twinings**, il marchio inglese sinonimo di tè in tutto il mondo, ha compiuto trecento anni nel 2006. È stata una delle prime società che ha introdotto il tè in Gran Bretagna nel lontano 1706. Da 170 anni è fornitore ufficiale della Casa Reale inglese. Nel 1749 la compagnia esportò tè per la prima volta. Oggi la R. Twining & Co. è presente con i suoi prodotti in 115 paesi e il marchio Twinings è distribuito in Italia da D&C fin dal 1956. Per un totale di oltre 50 miscele di tè offerte in Italia e quasi 200 nel mondo, presenta un'articolata gamma di prodotti: tè nero, tè verde, tè bianco, tè aromatizzati, infusi alla frutta e alle erbe e tisane. La R. Twining & Co., la cui sede è ad Andover in Hampshire (UK), appartiene all'Associated British Foods plc, una delle prime 50 aziende quotate alla Borsa di Londra (FTSE).*

**Per maggiori informazioni:**

Cohn & Wolfe - Azzurra Maiocchi/Valentina Puggioni  
azzurra.maiocchi@cohnwolfe.com  
valentina.puggioni.ce@cohnwolfe.com  
Tel. 02 20239.1 – Fax. 02 201584