

L'energia cromatica di Lavazza in brand pensilina con IGPDecaux

Milano, 19 aprile – Per la prima volta in Italia **IGPDecaux** utilizza l'innovativa tecnologia voice recognition per un progetto speciale di brand pensilina dedicato a **Lavazza**.

Tiny, la nuova macchina da caffè espresso Lavazza sceglie la città di Milano e la collaborazione dell'**agenzia creativa Armando Testa** e delle **Creative Solutions di IGPDecaux** per mostrarsi energeticamente con tutti i suoi colori durante la Milano Design Week 2018.

La macchina da caffè espresso Lavazza, dal design moderno, pop e colorato, viene presentata attraverso la personalizzazione della pensilina di Largo Cairoli a partire dal 16 aprile e per la durata di due settimane.

I passanti che sostano sotto la pensilina, vengono invitati da una voce a scegliere un colore tra quelli proposti, gli stessi che riprendono la gamma cromatica della macchina da caffè espresso. A seguito della scelta, grazie al sistema voice recognition, la pensilina cambierà automaticamente colore, avvolgendo l'ambiente in un effetto cromatico immediato.

Oltre all'interattività, la pensilina è decorata con grafiche che richiamano il nome stesso della macchina da caffè e del brand Lavazza, creando un vero e proprio intervento scenografico con un vivace impatto visivo.

La brand pensilina fa parte di un progetto più ampio realizzato dall'azienda torinese per la Milano Design Week che include anche la promozione del Lavazza Tiny Bar nella Mediateca Santa Teresa in via della Moscova, 28.

Cifre chiave IGPDecaux:

- Fatturato 2017: 130.3 milioni di euro
- Dipendenti: 318
- Presente in 147 città italiane
- 88.193 facce pubblicitarie
- 13.713 mezzi di trasporto
- 954 poster
- 72 grandi formati luminosi
- 10.916 impianti di arredo urbano
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino)
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino)
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001

