

## **Loacker lancia la nuova campagna “La bontà è una scelta”**

*Un nuovo progetto di comunicazione globale per l'azienda altoatesina, che si racconta a partire dalle scelte buone che la contraddistinguono.*

*Auna di Sotto (BZ) – Loacker – azienda altoatesina leader mondiale nel mercato dei wafer e specializzata anche nella produzione di specialità al cioccolato – è felice di annunciare un **importante progetto di comunicazione integrata, che ha l'obiettivo di raccontare al consumatore il mondo Loacker e la bontà che, da sempre, lo contraddistingue.***



Primo passo di questo nuovo corso è l'esordio del nuovo spot Loacker dal claim **“La bontà è una scelta”**. Una bontà che va ben oltre il semplice appagamento del gusto e **che affonda le sue radici nelle scelte buone** prese e portate avanti dall'azienda fin dal 1925, anno della sua fondazione.

Con la nuova campagna, Loacker da inizio a **un vero e proprio progetto a lungo termine, che mira a riposizionare il brand attraverso un linguaggio del tutto nuovo, più alto ed emozionale**, in grado di parlare a consumatori sempre più attenti e consapevoli. Con il nuovo claim **“La bontà è una scelta”** - che va ad affiancare lo storico “Loacker. Che bontà!” con l'intento di rafforzarne il significato – l'azienda vuole raccontare tutto ciò che c'è dietro la sua proverbiale *bontà*: la realtà di un'azienda che vive di piccole e grandi scelte quotidiane fatte senza mai scendere a compromessi, perché solo così si ottiene quella bontà che in tutto al mondo viene associata a Loacker al primo assaggio.

**Protagonista della nuova campagna di comunicazione Loacker è l'impegno dell'azienda**, che si riflette nella scelta di ingredienti naturali e di alta qualità, nel sostegno ai produttori delle materie prime, nella decisione di mantenere gli stabilimenti produttivi nel cuore delle Alpi, dove l'aria e l'acqua sono più fresche, limpide e pure.



Il concept alla base della nuova campagna è stato tradotto in uno **spot manifesto**, destinato a vari touchpoint. Il racconto dei valori che contraddistinguono l'azienda è affidato ad **immagini che riflettono con immediatezza** - attraverso i gesti semplici, ma pieni di amore e attenzione - **l'impegno di Loacker nei confronti delle persone e del territorio**. Tutte le scene in esterna – compresa, naturalmente, la scena di apertura con lo Sciliar – sono state girate in Alto Adige, nei dintorni dello stabilimento Loacker di Auna di Sotto.

**Il nuovo impianto audio, brand theme e sound logo sono un'evoluzione del celebre jingle "Loacker. Che bontà!",** che passa da cantato a suonato, per dare vita a una comunicazione di forte impatto emotivo. Gli **Gnometti**, da sempre protagonisti dell'immagine e dell'immaginario Loacker **continueranno a far parte della comunicazione del brand, ma come ambasciatori nelle attività promozionali e in quelle più ludiche.**

*"La nuova campagna segna un cambio di passo importante nella comunicazione di Loacker. Dopo molti anni di comunicazione con protagonisti d'eccellenza gli Gnometti Loacker, era arrivato il tempo di dare più spazio ad una comunicazione valoriale, che ci permettesse di trasferire con un linguaggio più adulto l'intero universo di un brand così popolare e amato" dichiara Lara Consoli, Senior Communication Manager Loacker. "Che bontà!, da sempre sinonimo di prodotti buoni dal gusto inimitabile, assume oggi un significato più esteso, che comprende anche la bontà di gesti e comportamenti umani. Vogliamo raccontare ai consumatori che alla base della bontà dei nostri prodotti, c'è la bontà delle scelte che facciamo ogni giorno, che si tratti di produrre in mezzo alla natura, di tracciare le nostre materie prime o di prendersi cura delle persone dentro e fuori l'organizzazione".*

---

## Loacker

“Che bontà!” Lo dite dal 1925, assaggio dopo assaggio. E non è un caso se ogni giorno vi regaliamo tutta la genuinità e la delizia delle nostre straordinarie creazioni. Fu Alfons Loacker ad introdurre in azienda questa tradizione pasticceria, quando ancora realizzava i suoi wafer in una piccola pasticceria di Bolzano. Da allora, in fondo, poche cose sono cambiate: realizziamo tutte le nostre delizie circondati dalle montagne a 1000 m d’altitudine (oggi ad Auna di Sotto e Heinfels); utilizziamo solo ingredienti naturali e selezionati, a cui teniamo lontani aromi aggiunti, coloranti e conservanti; confezioniamo le nostre specialità appena sfornate, così da conservarne l’inconfondibile fragranza. Ma alla bontà serve anche altro per raggiungere la perfezione. Ecco perché ci impegniamo ogni giorno per una maggiore sostenibilità sociale e ambientale: perché in Loacker, la bontà è una scelta.

---

## Ufficio Stampa Loacker – Connexia

Daniela Fontana: [daniela.fontana@connexia.com](mailto:daniela.fontana@connexia.com)

Marta Casella: [marta.casella@connexia.com](mailto:marta.casella@connexia.com)

tel. 02 813554

