

Strategia di comunicazione

Analisi e opportunità
di Pocket Coffee Gelato



**IDEARE UNA BRAND
ACTIVATION DIGITALE E/O
TERRITORIALE COERENTE CON
IL MOMENTO DI CONSUMO PKG
RILEVANTE PER IL TARGET.
UN NUOVO MODO DI VIVERE LA
PAUSA CAFFÈ.
RILEVANTE. MEMORABILE.**



MISSION

Aumentare la consideration
Incrementare la penetrazione
Aumentare la conversion



TARGET

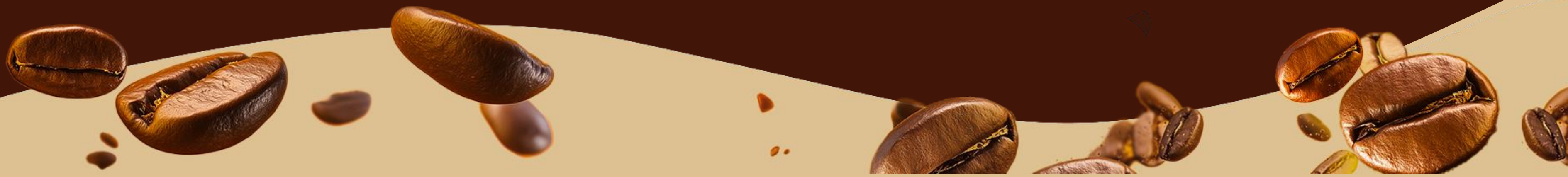
Young Adults <34 y/o



OVERVIEW

1	Contesto e target
2	Strategia
3	Touchpoints

4	Social strategy
5	Calendario



1. CONTESTO & TARGET



Il mercato del gelato in Italia



Il nostro target: 20-34 anni
Campione analizzato: 9 MIO*

- Nel contesto GDO, il **gelato** è il dolce scelto da circa **8 MIO di persone**;
- 4 MIO acquistano le **confezioni multipack**, di cui Pocket Cofee Gelato fa parte;
- Il **gelato al caffè** più acquistato dagli under 34 è La Coppa del Nonno, di cui si premia la sua lunga storia e tradizione



Target Insights



Sport

5 MIO



Eventi

4.8 MIO



Videogames

4.9 MIO



Serata a casa

6.6 MIO



Delivery

5.2 MIO

2. STRATEGIA



LA VERA
CHICCA È
CHE È ARRIVATA
LA BELLA STAGIONE



FERRERO
Pocket
Coffee
espresso



pocketcoffeeit • Segui



pocketcoffeeit Voglia di estate? Assaporala con il gusto fresco e sfizioso di Pocket Coffee Gelato.

103 sett



I'd like to buy it! How can I do? 🥰



92 sett Rispondi Vedi traduzione



102 sett Rispondi

Visualizza le risposte (2)



N.B. QUESTI CI VORREBBERO TUTTO L'ANNO!!



103 sett Rispondi



How can I get this in my store in nyc



103 sett Rispondi Vedi traduzione



Welcome to the world of



Piace a
6 giugno 2023

e altri



Aggiungi un commento...

Pubblica

Immagine postata dal profilo instagram di Pocket coffee italia a giugno 2023.

**Concedersi un momento di piacere
è un'esigenza riconosciuta, presente tutto
l'anno, indipendentemente dalla stagione.**

***Cioè, chi l'ha detto che il gelato è solo
per l'estate?***



A still from the movie "Home Alone" showing Kevin McCallister (Macaulay Culkin) sitting at a table, eating ice cream. He is wearing a dark blue sweater and looking directly at the camera. In front of him is a plate with a large ice cream sundae topped with chocolate sauce and sprinkles. He is holding a spoon with a scoop of ice cream. The background is slightly out of focus, showing a lamp and some papers.

Giusto Kevin?

Cosa facciamo

Mentre i competitor si assopiscono, noi accendiamo i riflettori su un desiderio inespresso: la **voglia di un piacere intenso che non conosce stagioni.**

Sfruttiamo l'arrivo della stagione più fredda per condurre la nostra campagna ed **associare il gelato a una coccola invernale**, uno sfizio da gustare al calduccio.



NUOVO CLAIM



FREDDO FUORI,
POCKET DENTRO.
È SEMPRE IL TUO
MOMENTO.



FERRERO
Pocket
Coffee
espresso

3. TOUCHPOINTS



3. TOUCHPOINTS

3.1 Eventi sportivi

3.2 Contest & Radio

3.3 Out of Home

3.4 Delivery

3.5 Gaming e Metaverso



Eventi sportivi



Promuovere il consumo del gelato tutto l'anno, anche in inverno, attraverso **Branded Zones immersive** create all'interno dei principali **eventi sportivi della stagione**, per coinvolgere il target in un contesto ad alto tasso di engagement.

ATP Finals 2025

Torino, 9 - 16 novembre



Davis Cup Finals 2025

Bologna, 19-23 novembre



Coppa del Mondo di Sci 2025

Livigno, M. di Campiglio, Alta Badia,
dicembre/gennaio



Giochi Olimpici Invernali 2026

Milano, Cortina, 6-22 febbraio

Eventi sportivi

All'interno delle aree dedicate offriremo un'**esperienza immersiva e multisensoriale**, con attività di sampling che permetteranno al pubblico di assaggiare direttamente Pocket Coffee Gelato. L'attivazione sarà arricchita da quiz, giochi e momenti interattivi, pensati per stimolare il coinvolgimento dei partecipanti con il brand e rendere l'esperienza memorabile.

Location Chiave

Città: Torino, Bologna, Milano, Cortina d'Ampezzo, Madonna di Campiglio, Alta Badia, Val Gardena

Aree: centro città, aree ad alto traffico, attrazioni turistiche, zone universitarie, distretti aziendali, impianti scistici, palazzetti sportivi, aree eventi.



3. TOUCHPOINTS

3.1 Eventi sportivi

3.2 Contest & Radio

3.3 Out of Home

3.4 Delivery

3.5 Gaming e Metaverso



Contest nazionale



Stimolare l'acquisto di Pocket Coffee Gelato grazie ad un'esperienza coinvolgente che faccia **interagire le persone con il prodotto** per ottenere un premio.

★ Premio in palio:

- VIP Experience per 2 persone:
 - Concerto dei Pinguini Tattici Nucleari
 - Aperitivo esclusivo prima del live

★ Totale premi:

- 12 esperienze (6 vincitori x 2 persone)

★ Fruizione:

- Novembre 2025



**SCANSIONA
IL QR CODE
E VINCI DUE BIGLIETTI
PER IL CONCERTO DEI
PINGUINI TATTICI
NUCLEARI**

Pinguini tattici nucleari



Radio



Amplificare l'attività del contest attraverso un media partner per rendere il concorso **un'attività esperienziale integrata** tra radio, territorio e digital.

Partner: Radio Kiss Kiss, la radio più ascoltata e seguita dai cluster da noi individuati.



Attivazione Territoriale

- Milano, Torino
- Utilizzo di van o ape car brandizzato per fare sampling live
- Quiz & giochi in piazza per accedere al concorso



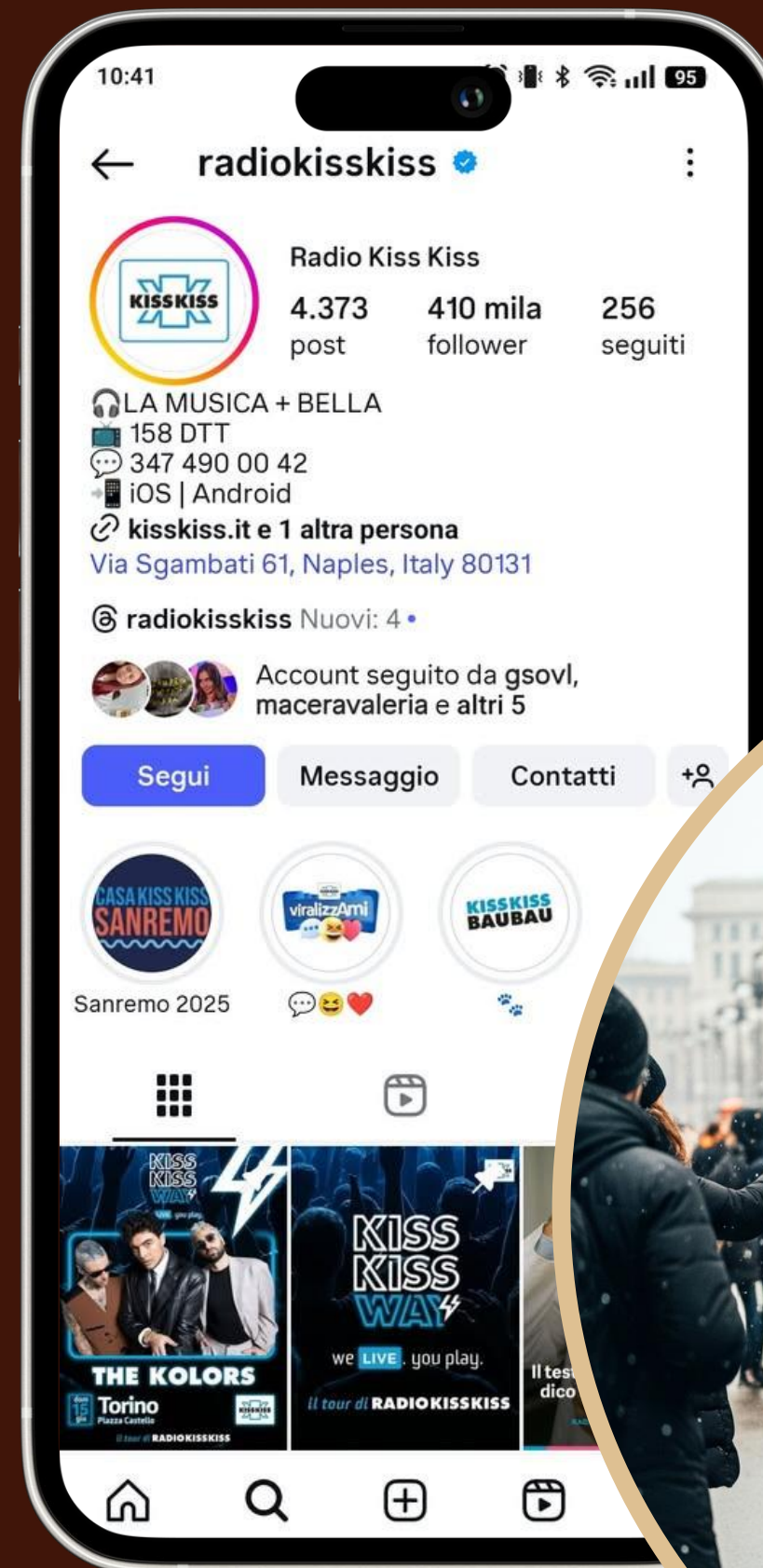
Promozione Contest

- Spot radio 15"/30"
- Campagna social & digital (radio + brand)
- Live Instagram delle attività on field



Focus

- Esperienza immersiva
- Contatto diretto con il pubblico
- Product tasting
- Fan engagement con artisti amati dal target



Assaggia anche tu con i Pinguini Tattici Nucleari



3. TOUCHPOINTS

3.1 Eventi sportivi

3.2 Contest & Radio

3.3 Out of Home

3.4 Delivery

3.5 Gaming e Metaverso



Out of home

Freddo fuori. Pocket dentro.



Una strategia OOH integrata per generare **awareness** e **appeal commerciale** per rendere PKG un rito urbano quotidiano.



TARGET

media pensati per **giovani, studenti, pendolari**

~

OOH dal TOV: smart, presente, multisensoriale

ASSET	GG	TARGET	OBIETTIVO
200 bikeMi	30	Navigli Isola Lambrate	Frequenza, capillarità e contatto dinamico door-to-door
★ 2 bikeMi stations	30	Cadorna Moscova	Presidio fisso, visibilità forte, sampling (2weekend)
100 schermi/1M IMPS (programmatic)	14	B. Aires Navigli Statale Pta Genova Tortona	Attivazione day-part per fascia oraria → consideration
Circuito target (200) Mupi e Pensiline	14	Bligny Garibaldi Loreto 24 Maggio Papiniano	Copertura capillare
Brand Solutions Pensilina	14	Lgo La Foppa	Effetto WOW + viralità social e passaparola
Station Domination (pack1 e opzionali)	14	Cadorna	Esperienza immersiva nel brand in ambiente metro



Out of home

Freddo fuori. Pocket dentro.



Una strategia OOH integrata per generare **awareness** e **appeal commerciale** per rendere PKG un rito urbano quotidiano.



TARGET

media pensati per **giovani, studenti, pendolari**

~

OOH dal TOV: smart, presente, multisensoriale

ASSET	GG	TARGET	OBIETTIVO
200 bikeMi	30	Navigli Isola Lambrate	Frequenza, capillarità e contatto dinamico door-to-door
★ 2 bikeMi stations	30	Cadorna Moscova	Presidio fisso, visibilità forte, sampling (2weekend)
100 schermi/1M IMPS (programmatic)	14	B. Aires Navigli Statale Pta Genova Tortona	Attivazione day-part per fascia oraria → consideration
Circuito target (200) Mupi e Pensiline	14	Bligny Garibaldi Loreto 24 Maggio Papiniano	Copertura capillare
Brand Solutions Pensilina	14	L.go La Foppa	Effetto WOW + viralità social e passaparola
Station Domination (pack1 e opzionali)	14	Cadorna	Esperienza immersiva nel brand in ambiente metro

"Ore 16? Merenda con carattere."



"Pausa pranzo? Il tuo PKG ti aspetta."



"Pausa caffè? No, un fresco PKG!"



**Sera fredda?
Scioglila con
Pocket Coffee
Gelato**



è sempre il tuo momento

FERRERO

**"Sera fredda? Scioglila con
PKG."**

Out of home

Freddo fuori. Pocket dentro.



Una strategia OOH integrata per generare **awareness** e **appeal commerciale** per rendere PKG un rito urbano quotidiano.



TARGET

media pensati per **giovani, studenti, pendolari**

~

OOH dal TOV: smart, presente, multisensoriale

ASSET	GG	TARGET	OBIETTIVO
200 bikeMi	30	Navigli Isola Lambrate	Frequenza, capillarità e contatto dinamico door-to-door
★ 2 bikeMi stations	30	Cadorna Moscova	Presidio fisso, visibilità forte, sampling (2weekend)
100 schermi/1M IMPS (programmatic)	14	B. Aires Navigli Statale Pta Genova Tortona	Attivazione day-part per fascia oraria → consideration
Brand Solutions Pensilina	14	L.go La Foppa	Effetto WOW + viralità social e passaparola
Circuito target (200) Mupi e Pensiline	14	Bligny Garibaldi Loreto 24 Maggio Papiniano	Copertura capillare
Station Domination (pack1 e opzionali)	14	Cadorna	Esperienza immersiva nel brand in ambiente metro

Pocket
Coffee
espresso



IGPDcaux

Pocket
Coffee
espresso



Freddo fuori.
Pocket dentro.

IGPDcaux

Pocket
Coffee
espresso



Freddo fuori.
Pocket dentro.

Pocket
Coffee
espresso

È sempre il tuo
momento

È sempre il tuo
momento

Out of home

Freddo fuori. Pocket dentro.



Una strategia OOH integrata per generare **awareness** e **appeal commerciale** per rendere PKG un rito urbano quotidiano.



TARGET

media pensati per **giovani, studenti, pendolari**

~

OOH dal TOV: smart, presente, multisensoriale

ASSET	GG	TARGET	OBIETTIVO
200 bikeMi	30	Navigli Isola Lambrate	Frequenza, capillarità e contatto dinamico door-to-door
★ 2 bikeMi stations	30	Cadorna Moscova	Presidio fisso, visibilità forte, sampling (2weekend)
100 schermi/1M IMPS (programmatic)	14	B. Aires Navigli Statale Pta Genova Tortona	Attivazione day-part per fascia oraria → consideration
Brand Solutions Pensilina	14	L.go La Foppa	Effetto WOW + viralità social e passaparola
Circuito target (200) Mupi e Pensiline	14	Bligny Garibaldi Loreto 24 Maggio Papiniano	Copertura capillare
Station Domination (pack1 e opzionali)	14	Cadorna	Esperienza immersiva nel brand in ambiente metro

3. TOUCHPOINTS

3.1 Eventi sportivi

3.2 Contest & Radio

3.3 Out of Home

3.4 Delivery

3.5 Gaming e Metaverso



Food Delivery

PKG – Il break che arriva ovunque



Impatto sull'**accessibilità**, **consideration** e **conversion** nel target anche fuori stagione

Attivazione in-app & food delivery per l'inverno

KEY POINTS:

- **Inserimento in bundle tematici** “Momento Dolce” / naming dedicato + prezzo speciale
PKG proposto in pacchetti pre-configurati insieme ad altri prodotti (es. panino + bevanda + dessert)

→ un modo semplice per associare PKG al momento della pausa o del fine pasto

- **In-app banner ADV in orari strategici**

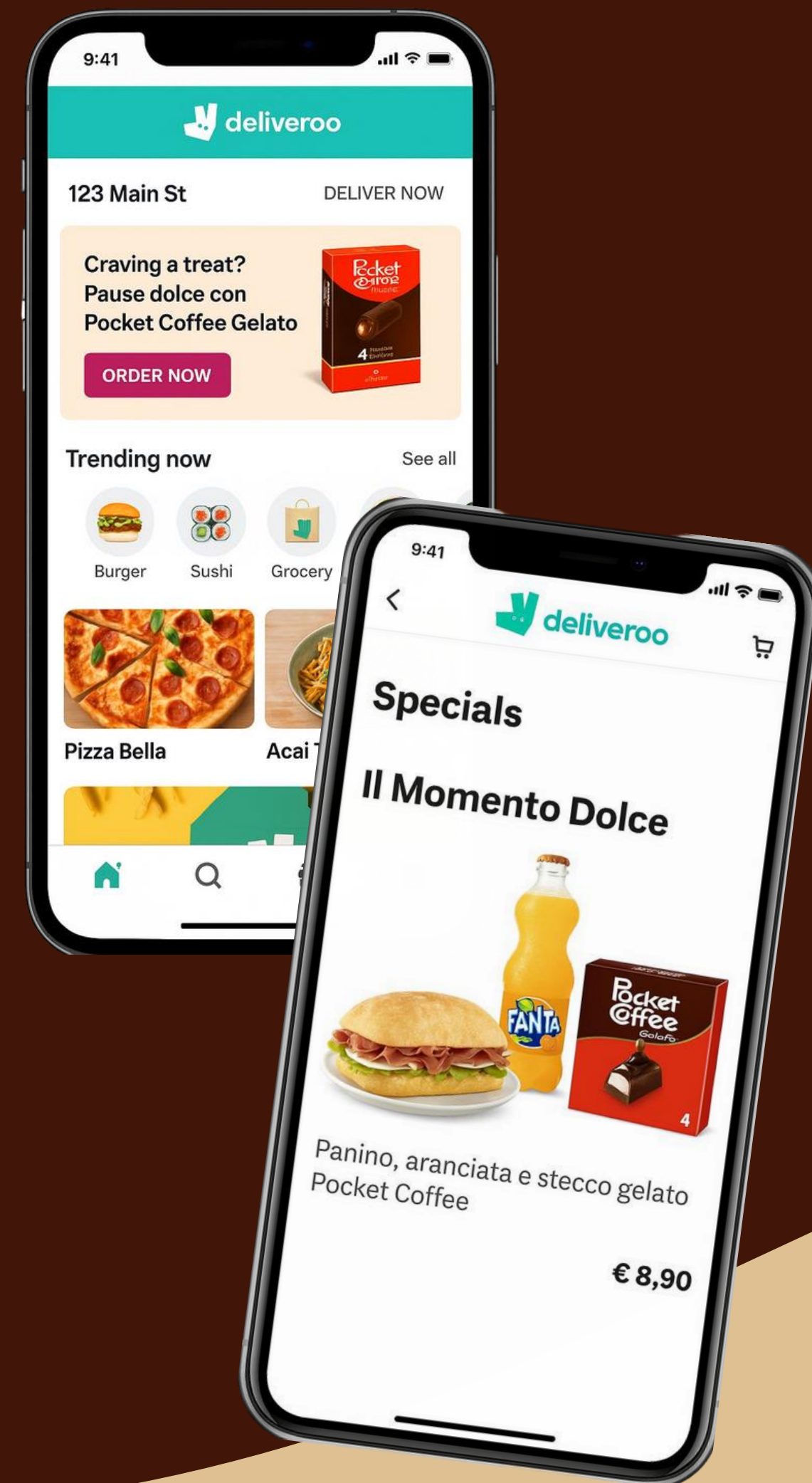
PKG banner temporizzati visibili nella homepage dell'app, in momenti chiave come pranzo o merenda

es. “Pausa pranzo? Completa con PKG”

- **Upsell a fine ordine**

Se l'utente supera una certa soglia con prodotti salati, l'app suggerisce l'aggiunta di PKG come dolce perfetto per concludere l'ordine

→ *conversion*: acquisto d'impulso integrato



3. TOUCHPOINTS

3.1 Eventi sportivi

3.2 Contest & Radio

3.3 Out of Home

3.4 Delivery

3.5 Gaming e Metaverso



Gaming e Metaverso

PKG Break Zone – Il tuo break anche nel virtuale



Trasformare PKG in uno **status snack** per la **Gen Z**



PKG BREAK ZONE | E-LOUNGE – experience brandizzata nel metaverso.
Target piattaforme: Roblox | Deliveroo.

esperienza phygital immersiva con reward digitali e drive to store.

Come?

- **Mini-game** “Coffee Run”: scappa dal freddo, raccogli PKG, sblocca il piacere e oggetti esclusivi:
 - ★ **Skin:** personalizzazione del personaggio con uno zaino a forma di stecco PKG.
 - ★ **Emote:** animazioni avatar con il gesto del coffee break.
- **Branded lounge:** uno spazio “e-lounge” per pause virtuali:
 - ★ 16 PKG e-bited → codice sconto confezione gratuita | Deliveroo
- **Attivazione ADV durante le pause gioco:** “take a PKG break” nella e-lounge
- **Influencer Marketing** | *gamer e streamer*: contenuti “PKG Break Zone” → awareness e curiosità autentica.

4. SOCIAL STRATEGY



Social strategy

 Rafforzare la presenza del brand sui social media, aumentando l'engagement e raggiungendo il pubblico target.

Piattaforme di riferimento: Instagram e TikTok.

Strategia Instagram:

- Rebranding del profilo → feed coerente al target under 34
- Uso strategico di Reels:
 - Esperienze sensoriali legate al prodotto
 - Amplificazione dei nostri touchpoint (micro-vlog, backstage)
- Collaborazioni con influencer → promuovere eventi e contest

Strategia TikTok:

- Creazione del profilo ufficiale @pocketcoffeeit
- Community-led content strategy:
 - Lancio contest : *“Racconta il tuo momento Pocket Coffee Gelato”*
 - Coinvolgimento attivo degli utenti: video creativi e trend
 - Repost dei 3 video migliori che vinceranno i biglietti del concerto
- Collaborazioni con creator:
 - Mirroring contenuti IG sui profili degli Influencer



5. CALENDARIO



Calendario di campagna





**Grazie per
l'attenzione**

