



Comunicato Stampa

“Il cioccolato è un mondo”

DOMORI PRESENTA LA PRIMA CAMPAGNA SPOT TV

None (TO), 24 settembre - Saranno in onda da domenica 26 settembre gli **spot Domori** della **campagna televisiva**, con posizionamento nazionale e web, **“Il cioccolato è un mondo”**. Per l’Azienda di None, parte della sub-holding Il Polo del Gusto del Gruppo Illy, si tratta della prima campagna pubblicitaria tv mai realizzata.

La campagna, ideata e sviluppata da **Annamaria Testa**, si articola in una serie di nove brevi episodi, caratterizzati da ironia, brevità e dialoghi brillanti. “Il cioccolato è un mondo” è il claim che accompagna Domori ormai da alcuni anni e che negli spot diventa il protagonista del taglio innovativo della campagna.

La qualità superiore non viene raccontata a partire da contesti esotici o lontani, o da riferimenti a qualità più tecniche e tipiche del mondo del food, ma viene naturalmente valorizzata in situazioni quotidiane e famigliari, in cui la bontà del cioccolato diventa un richiamo irresistibile alla positività, al buon umore e a una rinnovata energia.

Tutti i dialoghi, affidati a voci fuori campo, hanno lo spessore narrativo di una piccola drammaturgia, veloci commedie di poche battute, in cui il cioccolato Domori risolve e scioglie la situazione, in un sorriso e in un assaggio. La campagna illumina il mondo del cioccolato super fine di una luce diversa, più calda e coinvolgente, lanciando un messaggio di grandissima fruibilità e accessibilità: il mondo del cioccolato Domori appartiene all’esperienza di tutti noi e alla nostra socialità, e la qualità superiore non ha bisogno di celebrazioni speciali, ma ci rallegra e ci tiene compagnia nei momenti più diversi, giorno per giorno.

Commenta **Andrea Macchione, Amministratore Delegato** di Domori: “Per la prima volta nella sua storia, e in un anno di grande crescita e di conferme importanti per il Brand, Domori realizza una campagna televisiva di livello nazionale. La campagna è stata affidata alla creatività di Annamaria Testa, che sta accompagnando il marchio in un processo di rinnovamento del messaggio del Brand e della sua identità - un percorso cominciato con la definizione del nuovo claim “Il cioccolato è un mondo”, che oggi dà il titolo alla campagna spot.”