

DēLonghi Group

De' Longhi lancia Perfetto 3.0, la campagna globale con Brad Pitt, che consolida la propria leadership mondiale nel caffè

Presentata in anteprima alla Mostra del Cinema di Venezia, la nuova campagna cattura le emozioni e l'esperienza del rituale del caffè "Perfetto"

Treviso, Italia – 8 settembre, 2025 – De' Longhi ha lanciato la sua terza campagna globale focalizzata nel mondo del caffè, in occasione dell'82a Mostra del Cinema di Venezia, di cui il brand è sostenitore e presenza con attivazioni speciali.

La nuova campagna testimonia la continua evoluzione di De'Longhi in un brand "lifestyle" radicato nel design e nell'innovazione italiani. Questo terzo capitolo si basa sulla comprovata esperienza degli ultimi anni, che ha sostenuto il Gruppo nella crescita del business e nel consolidamento della sua leadership di mercato.

Questa campagna è destinata ad essere la più estesa per il Gruppo mai lanciata fino ad oggi, con una significativa copertura dei consumatori attraverso tutti i canali di comunicazione tradizionali, digitali e social, ed avrà il più ampio coinvolgimento possibile tra gli amanti del caffè ed i potenziali clienti per capitalizzare sulla crescente penetrazione e premiumizzazione del caffè espresso.

In una collaborazione inedita, **Brad Pitt** e il regista **Taika Waititi** hanno creato un film giocoso e cinematografico che cattura la consapevolezza del rito "Perfetto", rafforzando la convinzione che il caffè non sia solo una bevanda, ma un'esperienza "Perfetto". Nelle parole di Brad: "Taika ha portato l'umorismo, De' Longhi ha portato il rito. Insieme, è stato Perfetto".

La campagna "The Perfetto Instruction for Use" va oltre la meccanica della preparazione del caffè, concentrandosi invece sui dettagli sensoriali, la varietà delle bevande e l'eccellenza della qualità. Dimenticate le istruzioni noiose, basta un tocco per trasformare i tuoi momenti caffè in una strabiliante esperienza quotidiana.

"La nostra collaborazione con Brad Pitt ha portato negli anni risultati fenomenali, e sono entusiasta di lanciare la nostra terza campagna globale" ha affermato **Fabio de' Longhi**, CEO del Gruppo. "Questo capitolo è destinato ad essere il più impattante di sempre, disegnato per rafforzare la nostra leadership ed alimentare una crescita costante nel settore, e affermare il brand De' Longhi come punto di riferimento per l'eccellenza nel caffè ed il successo nel mercato."

Dai uno sguardo alla nuova campagna: <https://youtu.be/JoVwHzLwFiA>



Contatti

per analisti, investitori e per la stampa:

Investor Relations:
Samuele Chiodetto
Sara Mazzocato
T: +39 0422 4131
e-mail:
investor.relations@delonghigroup.com

per i media:

Media relations:
T: +39 0422 4131
e-mail:
media.relations@delonghigroup.com

sul web: www.delonghigroup.com

Il Gruppo De' Longhi detiene una posizione di leadership globale nel mondo delle macchine da caffè, con una significativa presenza sia nei prodotti ad uso domestico (con il brand De'Longhi) che professionale (grazie a La Marzocco ed Eversys). Il Gruppo, inoltre, è tra i principali player mondiali nel settore dell'elettrodomestico dedicato al mondo della cucina, della climatizzazione e della cura della casa (con i brand De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete e NutriBullet).

Quotata dal 2001 sul mercato principale di Borsa Italiana MTA, De' Longhi distribuisce i suoi prodotti nel mondo in più di 120 mercati nel mondo e contava a fine 2024 oltre 10.500 dipendenti. Nel 2024 ha riportato ricavi pari a € 3,5 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 560 milioni e un utile netto di oltre € 300 milioni.