Imperial Brands Italia lancia iSenzia, l'ultima novità nel mondo dei prodotti di nuova generazione senza tabacco

Milano, 14 maggio 2024 – **Imperial Brands Italia**, filiale nazionale del gruppo britannico Imperial Brands, ha presentato **iSENZIA**, i nuovi stick con nicotina e zero tabacco, con tecnologia delle capsule nel filtro realizzati con un'esclusiva miscela a base di foglie di tè. Come parte del suo impegno nell'offrire alternative innovative ai consumatori adulti di nicotina**, Imperial Brands ha fatto un grande passo avanti innovando ancora una volta il mercato in una categoria già dinamica e in rapida espansione.**

Un evento esclusivo al Garage 21 di Milano ieri sera, dove gli ospiti sono stati protagonisti diretti di un evento immersivo che ha coinvolto tutti i sensi, in occasione della presentazione di **iSENZIA**, una nuova gamma di prodotti innovativi messi a punto da Imperial Brands. Un evento realizzato per celebrare l'evoluzione dell'Azienda verso il mondo dei prodotti di nuova generazione per i fumatori adulti: il nuovo concept **Feel The Flavours** ha reso ciascun ospite, ognuno con il proprio stile e modo di essere, protagonista diretto di un'esperienza sensoriale nuova e travolgente. Le nuove iSENZIA, con miscela esclusiva a base di tè Verde e Oolong, arricchiscono il portafoglio di prodotti di nuova generazione senza combustione dedicati a fumatori adulti, in vendita nelle migliori tabaccherie italiane.

Per l'occasione, **Sophie Hogg**, **General Manager Sud-Est Europa di Imperial Brands**, si è presentata ai giornalisti italiani, dando una panoramica sulla nuova mission globale del Gruppo "***Forging a path to a healthier future***": "*Il nostro obiettivo e la nostra visione sono pienamente integrati nel nostro modo di operare e nella cultura che stiamo costruendo. La meta è chiara e ambiziosa: ricerchiamo di costruire un futuro più sano non solo per i nostri consumatori adulti ma anche per il pianeta che tutti condividiamo. Per questo da un lato stiamo investendo e lanciando un'ampia gamma di prodotti potenzialmente meno dannosi ma che sappiano comunque offrire momenti di relax e piacere ai fumatori adulti. Dall'altro ci siamo impegnati con i nostri stakeholders e lavoriamo senza sosta per essere leader globali in ambito ESG. Il nostro obiettivo principale è ascoltare con attenzione tutti i consumatori e cercare di lavorare apertamente con i nostri partner commerciali e le Istituzioni per gettare le basi di un futuro più sostenibile".*

Armando Frassinetti, Market Manager di Imperial Brands Italia, ha inoltre annunciato che per questo 2024 il Gruppo guarda al futuro con fiducia nel mercato italiano, rinnovando il suo impegno a **soddisfare le esigenze dei consumatori moderni attraverso l'innovazione e il costante sviluppo di prodotti di eccellenza**: un'ulteriore conferma dell'evoluzione dell'azienda e del proprio business verso una più ampia gamma di offerta multi-categoria di **prodotti di nuova generazione**, senza combustione, destinati ai fumatori adulti.

"*Ad un anno dal lancio di PULZE 2.0, lo svelamento di iSENZIA, i nostri stick con nicotina e zero tabacco, è frutto dell'innovazione a cui Imperial Brands tende costantemente e riflette un ulteriore importante passo in avanti nella strategia di crescita in Italia, uno dei mercati più importanti in Europa per la categoria dei prodotti di nuova generazione senza combustione e a potenziale rischio ridotto. I nuovi stick iSENZIA sono realizzati con un'esclusiva miscela a base di tè Verde e Oolong, con tecnologia delle capsule nel filtro e disponibili in*

quattro gusti: puntiamo così a rafforzare la nostra presenza nel mercato e ad anticipare le esigenze dei consumatori adulti. La rivoluzione di PULZE continua a vivere nella volontà di parlare a tutti i nostri clienti che desiderano più opzioni tra cui scegliere, con un'offerta ancora più completa e di qualità e un'azienda produttrice affidabile e orientata al miglioramento continuo". – **Armando Frassinetti, Market Manager di Imperial Brands Italia.**

L'evento Feel The Flavours è stato ideato e curato dall'agenzia **Ogilvy Italia**, che ha definito il concept creativo, le attività di PR e Digital PR, coadiuvata dal supporto dell'agenzia esperienziale **T3kne**.

Imperial Brands

Imperial Brands è un'azienda globale di beni di consumo, quotata sul listino del London Stock Exchange come società FTSE 100. Ha sede centrale a Bristol (Regno Unito), conta circa 36.000 dipendenti ed è attiva in 160 mercati. È presente in Italia tramite la filiale Imperial Brands Italia dal 2008. Ha sede centrale a Roma e conta ad oggi circa 200 dipendenti che seguono le attività nel settore tradizionale (sui marchi di tabacco JPS, West, Davidoff, Gauloises), nell'ambito degli accessori per fumatori (con il brand RIZLA) e nell'ambito dei prodotti di nuova generazione contenenti nicotina e senza combustione: le sigarette elettroniche e liquidpods a marchio **blu**, il dispositivo heated tobacco **PULZE** e gli stick di tabacco scaldato **iD**. Per ulteriori informazioni: https://www.imperialbrandsplc.com/ – https://imperialbrands.it/ - https://www.pulze.com/it-IT

Contatti Stampa

Ufficio Stampa Ogilvy

Greta Tedde, PR Manager, greta.tedde@ogilvy.com, +39 329 443 8588