

TESTATA
Daily Media

DATA USCITA
30 giu 2020

SOGGETTO
Maxibon

Il piacere di andare in bianco:
Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix e affida la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI al termine di una gara



129/03

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Incarichi Il piacere di andare in bianco: Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix e affida la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI dopo gara

Parte oggi l'advertising estiva multichannel per il noto gelato: attivazione di diversi touchpoint con un claim dal tone-of-voice irriverente e provocatorio, tipico del brand

Presentare al pubblico il nuovo prodotto e confermare l'identità del brand quale sinonimo di creatività e innovazione: sono gli obiettivi su cui ha lavorato Cimiciurri, la creative media agency dedicata alle nuove generazioni fondata da IAKI, per il lancio in Italia del nuovo Cereal Mix di Maxibon, incarico che si è aggiudicato dopo la vittoria di una gara. Si tratta del primo Maxibon in versione "white" e proprio su questa caratteristica Cimiciurri, in collaborazione

con il team creativo IAKI, ha deciso di puntare la propria strategia di comunicazione. "Il piacere di andare in bianco" sarà infatti il claim della campagna estiva 2020: un concetto che nell'immaginario comune è sinonimo di un'occasione persa o di assenza di godimento, ma che Cimiciurri ha saputo ribaltare in chiave ironica, giocando sul doppio significato della parola bianco. Per aumentare l'efficacia della strategia e creare awareness sul prodotto, Cimiciurri ha sviluppa-

to differenti declinazioni creative su diversi touchpoint per intercettare il target di Maxibon in più step della customer journey. Il Next Gen Lab di Cimiciurri, osservatorio permanente sulle nuove generazioni, è stato essenziale a raccogliere gli insight necessari al pensiero creativo della campagna. Il lancio prevede una campagna Out Of Home nelle principali città italiane, video advertising, sviluppo contenuti e amplificazione per i canali

social Maxibon e una campagna di influencer marketing con il coinvolgimento di professionisti selezionati in fasce Top, Macro, Micro e Influencer. Planning a cura di DentsuX.

Credits

Direttore creativo:

Filippo Focchi

Art Director: **Nicole Cerrone,**

Mariella Binda, Daniele Palaia

Senior Copywriter: **Valerio Lualdi**

Creative Strategist Manager:

Paolo Bono



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129/03