

Maxibon si affida per il 3° anno consecutivo al Next Gen Lab di Cimiciurri per la strategia di lancio delle nuove referenze

AGENZIE Redazione Agosto 2, 2022 20



Per il terzo anno consecutivo Froneri si affida a Cimiciurri per il lancio delle nuove referenze di Maxibon. Ironia, leggerezza e irriverenza sono le caratteristiche della nuova campagna costruita a partire dagli insight del Next Gen Lab e che vede il coinvolgimento di influencer e community in un Maxigame che mira a superare i 30 milioni di impression entro agosto.

Cimiciurri, l'agenzia di IAKI Group dedicata alle Next Generation, ha ideato una strategia omnichannel e multigenerazionale per il lancio delle nuove referenze Maxibon 2022: Maxibon Mokaccino Crunchy, Cookie e Classic. "Abbiamo scelto come partner anche per il 2022 Cimiciurri per curare la campagna social ed influencers Maxibon - ha commentato **Simona Mantovani, Brand Manager di Maxibon** - Maxibon è infatti un brand iconico, cross generazionale e l'approccio strategico dell'agenzia ci ha consentito di rivolgerci con messaggi customizzati alle differenti tipologie di consumatori, senza mai perdere la coerenza con i valori del brand".

Per costruire la strategia della campagna, Cimiciurri ha realizzato un'analisi attraverso il Next Gen Lab, l'osservatorio permanente del gruppo sulle generazioni, sui gusti delle diverse generazioni a cui rivolgersi: Gen Z, Millennial e Gen X. In base ai risultati l'agenzia ha deciso di impostare il concept della campagna sul Maxigame, un format di gioco irriverente che sposa i trend amati dalla Gen Z e dai Millennial - come le challenge, le sfide e lo schieramento in team differenti caratterizzati da altrettanti mood o valori - e che ha coinvolto un panel di **12 influencer** selezionati in base alla notorietà presso le diverse generazioni di pubblico e il loro essere "irriverenti" come il brand Maxibon, fra i quali **Diletta Leotta** e **Cristiano Caccamo**, per coprire i gusti delle diverse generazioni di pubblico e suddivisi in team dedicati ai singoli prodotti: Mokaccino Crunchy, Classic, Cookie Choco Chips e Waffle Blonde Caramel. Ogni team si è sfidato nella creazione di una parodia di una celebre scena di un film a discrezione di ciascuno e performata al massimo dell'irriverenza, utilizzando Maxibon come coprotagonista, oppure si è esibito in acrobazie mozzafiato con un unico limite: mai lasciar cadere il proprio Maxibon. Le sfide sono state assegnate a discrezione del Team Creativo di Cimiciurri, che ha valutato caso per caso la tipologia di sfida in base alle caratteristiche e ai talenti dei singoli influencer.

A decretare i due team finalisti del Maxigame saranno i fan dei profili social del brand attraverso i pool andati online in queste ultime settimane. Il culmine della campagna e del Maxigame avverrà invece durante l'evento finale che si terrà all'Aquafan di Riccione il 3 agosto e che vedrà come protagonisti alcuni degli influencer coinvolti, che si cimenteranno in nuove sfide pensate apposta per la location: un'occasione per il pubblico di incontrare i propri beniamini.

Oltre ai big influencers sono stati coinvolti anche 25 tra micro e macro influencer e 10 community, per creare buzz attorno al Maxigame e contenuti di awareness sulle nuove referenze, con l'obiettivo sfidante di superare i risultati record registrati dalla campagna dello scorso anno.

Per i contenuti sul web e per le affissioni, Cimiciurri ha utilizzato una particolare grafica 3D cartoonizzata che richiama il mood degli spot tv prodotti da Froneri a livello internazionale e si è avvalsa della collaborazione di alcune community social accomunate da un forte senso dell'ironia per la produzione di meme da condividere con il pubblico Gen Z e Millennial.

"Oltre alla soddisfazione per la collaborazione con Froneri, che prosegue per il terzo anno - ha commentato **Francesco Minerva, Account Manager di Cimiciurri** - la campagna 2022 è particolarmente interessante per Cimiciurri perché ci consente di valorizzare le skills dell'agenzia dedicata alle varie generazioni del Gruppo IAKI, anche attraverso l'apertura del primo profilo TikTok di Maxibon. Per farlo, abbiamo ingaggiato una serie di creator per la produzione di contenuti (POV, coreografie, reaction, videomeme) in linea con i trend della piattaforma e con i valori del brand: irriverenza, divertimento, leggerezza".

Credits:

- Direttore Creativo: Filippo Fiocchi
- Senior Account Manager: Francesco Minerva
- Account: Giorgia Cestariolo
- Senior Copywriter: Valerio Lualdi
- Copywriter: Costanza Compiano
- Senior Art Director: Nicole Cerrone
- Art Director: Alice Marin
- Head of Social: Marta Monteleone

Masterclass Analytics 4 per e-commerce

29 LUGLIO

- > Impara ad analizzare i dati davvero utili al tuo e-commerce
- > Scopri come aumentare il tasso di conversione del tuo shop

PARTECIPA ORA



Guarda su YouTube

WORKSHOP NETCOMM FORUM 2022

IN PRIMO PIANO



Maxibon si affida per il 3° anno consecutivo al Next Gen Lab di Cimiciurri per la strategia di lancio delle nuove referenze

Agosto 2, 2022

Per il terzo anno consecutivo Froneri si affida a Cimiciurri per il lancio delle nuove referenze di Maxibon. Ironia, leggerezza e irriverenza sono le caratteristiche della nuova campagna

• Agenzie Eventi Aziende Ricerche



Life firma la progettazione della UX dei digital touchpoint di Chef Express, la creatività e il media planning della campagna correlata

Agosto 2, 2022



Comunicato stampa: Inventa TRO firma la nuova brand activation di Paper Mate®

Agosto 1, 2022



The Trade Desk premia PHD Media Italy ai Bid Factor Awards

Luglio 29, 2022



Impact Day Homecoming: UM riunisce la community globale intorno a equity, sostenibilità e wellness

Luglio 27, 2022

ULTIME NEWS • POPOLARI • COMMENTATE



CAMPAGNE MEDIA

"The Great Meltdown": la nuova campagna di sensibilizzazione della startup 3Bee in collaborazione con Publicis Groupe

Agosto 3, 2022



AZIENDE

Inflead crea DataLab, una nuova business unit dedicata all'analisi di trend, competitor, industry e scenari sui social

Agosto 2, 2022



AGENZIE

Maxibon si affida per il 3° anno consecutivo al Next Gen Lab di Cimiciurri per la strategia di lancio delle

Agosto 2, 2022



TECH

Juniper Apstra migliora le operazioni dei data center e garantisce risparmi concreti

Agosto 2, 2022