

Incarichi AriZona Tea celebra la creatività dei propri pack con la firma di Cimiciurri

Il brand internazionale di the freddo ha affidato, dopo una gara, l'incarico all'agenzia GenZ di IAKI Group. Una campagna di Influencer marketing ideata dall'agenzia ha superato i due milioni di view



NICOLETTA CALUZZI
FOUNDER
E CEO
CIMICIURRI

AriZona Tea è uno dei brand più famosi al mondo nel campo dei the freddi. Gusti originali e un packaging colorato ne



fanno un prodotto riconoscibile sugli scaffali dei supermercati e amato da una folta schiera di lovers. Eurofood Spa, l'azienda che lo distribuisce per l'Italia, ha affidato a Cimiciurri, struttura dedicata alla GenZ di IAKI Group, il compito di creare una campagna di awareness e di drive to store nell'ambito di un'operazione di visibilità nei supermercati. L'agenzia milanese ha imposta-



to una strategia creativa basata sulla produzione di una serie di contenuti, distribuiti sui canali social in target con la GenZ, che esaltassero la creatività del prodotto attraverso la creatività dei talent selezionati, in modo da andare a intercettare l'interesse del pubblico giovane con uno storytelling più spostato sull'entertainment e meno sulla comunicazione push di prodotto. Cinque creator - Serena Puppo, Im Faty, Vagli3x, Christian Papparini e Alessandro Magarini - hanno fatto visita a uno store, scelto la loro referenza preferita di Arizona Tea e prodotto un contenuto "ispirato dal packaging e dal

gusto". Ecco quindi che la campagna ha assunto i connotati di un "esercizio di stile", con video apparentemente diversi l'uno dall'altro ma in realtà uniti dallo stesso fil rouge: l'originalità di Arizona Tea che ispira il lifestyle delle persone. "Non è la prima volta che IAKI Group lavora con Eurofood - commenta Nicoletta Caluzzi, Presidente e founder di Cimiciurri - e ci ha fatto molto piacere sperimentare la nostra creatività su un brand così originale verso il pubblico della GenZ, sul quale la nostra agenzia è focalizzata". "Arizona Tea è un prodotto nativamente affine al mondo della Gen Z - afferma Claudia Costa, Brand Manager Eurofood Spa -. I gusti particolari e i pack colorati, ciascuno diverso dall'altro, ne fanno un prodotto assolutamente coerente con gli ultimi trend estetici. Questo, insieme alla strategia di Influencer marketing elaborata da Cimiciurri, è il motivo del raggiungimento di più di 2 milioni di views, un traguardo importante, soprattutto nel contesto di una campagna di breve durata".

