

CON UNA CAMPAGNA DI INFLUENCER MARKETING

## CIMICIURRI PER IL LANCIO DELLE NUOVE REFERENZE MAXIBON 2022

**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 e 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 e che ha coinvolto un panel di 12 influencer tra 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. 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. Oltre ai big influencer hanno partecipato anche 25 tra micro e macro influencer e 10 community, per creare buzz attorno al Maxigame e contenuti di awareness sulle nuove referenze. 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.

### CREDITS

**Direttore Creativo:** Filippo Focchi  
**Senior Copywriter:** Valerio Lualdi  
**Copywriter:** Costanza Compiano  
**Senior Art Director:** Nicole Cerrone  
**Art Director:** Alice Marin

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



129103