



PER IL TARGET 18-30ENNI

HAVANA CLUB SCEGLIE CIMICIURRI PER LA PAGINA FACEBOOK

Non una vetrina per presentare i prodotti, ma una nuova community, Social Street, dove confrontarsi su tematiche varie



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

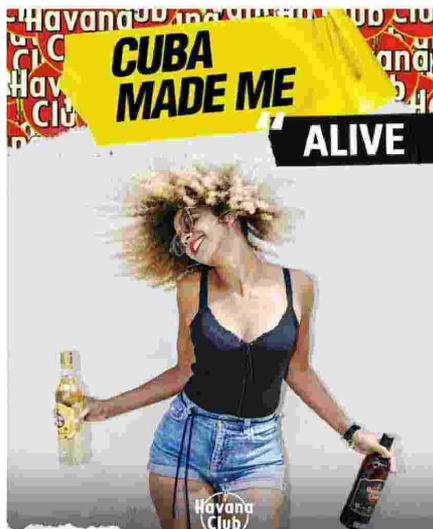
129103

GIÀ ONLINE LA COMMUNITY SOCIAL STREET

HAVANA CLUB SCEGLIE CIMICIURRI PER LA PAGINA FACEBOOK

Havana Club ha affidato a **Cimiciurri** tramite una gara la gestione della propria pagina Facebook per rinfrescare e vivacizzare la comunicazione social e intercettare un nuovo target di consumatori, i giovani dai 18 ai 30 anni. **Cimiciurri** ha deciso di comunicare il nuovo posizionamento del brand attraverso una nuova interpretazione del piano editoriale: non più una vetrina per presentare la varietà di prodotti Havana, ma un'occasione per sentirsi parte di una community in cui potersi confrontare su tematiche varie.

L'agenzia ha infatti dato vita a una community sulla pagina Facebook di Havana, la Social Street, in cui i contenuti stimolano gli utenti - attraverso la formula delle domande, call to action, infotainment - per gli argomenti che spaziano dal mondo della musica a quello dello streetwear con un tone of voice che riprende alcuni termini tipici dello slang del target di riferimento. «Si tratta di un anno e di un momento importante per Havana, continueremo la piccola rivoluzione che proietterà il brand in una nuova fase che sono sicura ci darà molte soddisfazioni. In questi anni abbiamo fatto viaggiare il consumatore tra le strade di Cuba - ha anticipato **Gina Carpagnano**, Senior Brand Manager di Havana Club -; oggi abbiamo tracciato un percorso ben definito che proietterà Havana nel futuro. Per realizzarlo serviva una ventata di novità in termini di idee e approccio creativo e strategico». «Siamo particolarmente felici di questa scelta perché la sfida è interessante e stimolante: ritoccare la comunicazione di un brand storico come Havana che



è sempre stato legato a Cuba e allo spirito cubano - ha commentato **Diego De Lorenzis**, CEO di **Cimiciurri** -. Abbiamo intercettato e studiato il target attraverso il nostro osservatorio sulle nuove generazioni, il **Next Gen Lab**, per poi trasformare insight e spunti in creatività». L'attività di **Cimiciurri** per Havana, oltre ai contenuti sulla pagina Facebook, prevede per l'autunno l'implementazione e formulazione della strategia su diversi touchpoint.

CREDITS

Senior Brand Manager:
Gina Carpagnano
Brand Ambassador:
Dayron Socarras
Agenzia Creativa:
Cimiciurri - Gruppo IAKI
Creative Director:
Filippo Fiocchi
Social Media Supervisor: Marta Monteleone
Creative Strategy Manager: Paolo Bono
Sales Account:
Anna Kozlovska
Social Media Manager:
Anna Di Stefano,
Matteo Granata
Digital Art Director:
Claudia Tavelli