

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
Newsletter Youmark	30 giu 2020	Maxibon

---



**Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix e affida la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI**

<https://youmark.it/ym-interactive/maxibon-lancia-il-nuovo-cereal-mix-e-affida-la-campagna-di-comunicazione-a-cimiciurri-e-iaki/>
**Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix e affida la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI**

29 Giugno 2020



Presentare al pubblico il nuovo prodotto e confermare l'identità del brand quale sinonimo di creatività e innovazione: sono questi gli obiettivi su cui ha lavorato **Cimiciurri**, la creative media agency fondata da **IAKI**, per il lancio in Italia del nuovo Cereal Mix di **Maxibon**. 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 targata Maxibon: 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.

"Maxibon, brand storico del gruppo Froneri, è stato anno su anno sinonimo di innovazione, creatività e irriverenza. Cereal Mix racchiude tutti e tre gli elementi chiave: abbiamo ascoltato gli amanti del brand che chiedevano a gran voce un Maxibon White, ma lo abbiamo fatto *à la Maxibon*, creando un mix davvero unico e sorprendente con i cereali al cacao", dichiara nella nota **Marco Formisano**, Direttore Marketing di Froneri Italy.

Per aumentare l'efficacia della strategia e creare *awareness* sul prodotto, **Cimiciurri ha sviluppato differenti declinazioni creative su diversi touchpoint per intercettare il target di Maxibon in più step della customer journey**. Il *Next Gen Lab* di Cimiciurri, un 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** che vede il coinvolgimento di professionisti selezionati in fasce Top, Macro, Micro e Infuser.

"La sfida era ardua: declinare il DNA di un brand storico come Maxibon su un nuovo prodotto, trasformarlo in contenuto adatto ai diversi touchpoint in maniera coerente e far lavorare tutti i nostri profili creativi in maniera coordinata e strategica, commenta **Diego De Lorenzis**, CEO di Cimiciurri.

"È stato un lavoro divertente ma allo stesso tempo impegnativo, realizzato in pochissimo tempo per via dell'emergenza sanitaria".

"L'integrazione delle due agenzie ha permesso di sviluppare e declinare un concept creativo davvero trasversale, rendendolo vivo sia sulla Gen Z sia sulle generazioni più adulte, senza limite superiore", aggiunge **Sandro Marchetti**, Amministratore di IAKI e Cimiciurri.

**Credits**

Group Brand Manager: Giulia Massoli  
 Brand Manager: Giuseppe Fascia  
 Agenzia Creativa: Cimiciurri – Gruppo IAKI  
 Direttore creativo: Filippo Flocchi  
 Art Director: Nicole Cerrone, Mariella Binda, Daniele Palaia  
 Senior Copywriter: Valerio Luaidi  
 Account Manager: Francesco Minerva  
 Account Executive: Giorgia Cestariolo  
 Creative Strategist Manager: Paolo Bono

TESTATA  
www.youmark.it

DATA USCITA  
29 giu 2020

SOGGETTO  
Maxibon



**1!** Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix e affida la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI