

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
www.mediakey.tv	27 lug 2022	Maxibon

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



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 buzzattorno 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 Focchi
 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

TESTATA
www.mediakey.tv

DATA USCITA
27 lug 2022

SOGGETTO
Maxibon



Initiative e Columbus Assicurazioni di nuovo insieme per gestire gli...

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE ■ DIGITAL
■ PRODUZIONI



FILA sceglie Havas Sports & Entertainment Italia come Advisor e sigla una...

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE



IAB Forum compie 20 anni. 'Decoding Change' il titolo dell'edizione 2022 in...

27/07/2022

■ EVENTI, SPONSORSHIP



Prossima fermata: Giordania!

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE



Nuova nomina al vertice di PHD Italia Lorenzo Moltrasio è il nuovo Managing...

27/07/2022

■ AZIENDE, CARRIERE



Twinings Italia sceglie Havas Milan come partner creativo per la sua...

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE



Con Nathy Peluso e in bianco e nero: ecco come sarà la prossima campagna di...

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE



A2A e Giffoni insieme per parlare con i giovani di sostenibilità

27/07/2022

■ ECOSOSTENIBILITÀ



"The Great Meltdown" la nuova campagna di sensibilizzazione della startup...

27/07/2022

■ COMUNICAZIONE



Radio Italia è radio ufficiale della 79. Mostra Internazionale d'Arte...

27/07/2022

■ EVENTI, SPONSORSHIP



Maxibon si affida per il 3° anno consecutivo al Next Gen Lab di Cimiuri...

27/07/2022

■ DIGITAL



Fave di Fuca ancora una volta con Aldo Biasi Comunicazione

27/07/2022

■ DIGITAL ■ PRODUZIONI