

## Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix



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 dedicata alle nuove generazioni fondata da IAKI, per il lancio in Italia del nuovo Cereal Mix di Maxibon, brand storico e di riferimento per tutto il mondo del gelato.

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.

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 Influencer.



TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
<a href="http://www.distribuzionemoderna.info">www.distribuzionemoderna.info</a>	2 lug 2020	Maxibon

## NEWS

---

# Maxibon lancia il nuovo Cereal Mix

Affidata la campagna di comunicazione a Cimiciurri e IAKI.