

HUB09 FIRMA GLI SPOT DIGITAL DI KINDER BUENO

Kinder Bueno torna in comunicazione dopo l'estate con 3 nuovi soggetti video pensati espressamente per la campagna digital e per i social.

HUB09 è stata incaricata di sviluppare la video strategy partendo dal concept del TVC "Piacere sì, pensieri anche no": Kinder Bueno è la pausa di gusto che permette di "accartocciare" ogni preoccupazione. L'obiettivo era quello di rivolgersi ai giovani, con particolare attenzione al mondo degli universitari, così da favorire l'identificazione proprio da parte di quel pubblico che trascorre più tempo sui social.

HUB09 ha quindi raccontato la giornata tipo di due giovani coinquilini, creando uno storytelling focalizzato su alcuni momenti chiave della loro quotidianità: il trasporto con i mezzi pubblici, lo studio in biblioteca e infine le faccende domestiche. In ogni situazione Kinder Bueno si presenta come l'alleato perfetto per regalarsi una pausa, dimenticandosi per un po' dei problemi.

«Abbiamo rappresentato gli elementi che disturbano la pausa - spiega il direttore creativo HUB09, Diego Braghin - attraverso delle grandi scritte 3D (RITARDO, LAVORO DI GRUPPO, TURNO DI PULIZIE) che incombono sulla scena. Grazie a Kinder Bueno i nostri protagonisti hanno la forza di "accartocciare" queste scritte e di tornare a immergersi in un mondo fatto di gusto e spensieratezza. Per rivolgerci in modo ingaggiante al target, abbiamo utilizzato il linguaggio visivo dei social, citando le Stories, inserendo emoji, slider, boomerang, gif, ecc».

«Questo è un ottimo esempio - intervieni Marco Faccio, presidente HUB09 - di come la comunicazione possa essere plasmata alla piattaforma su cui vive. Abbiamo ideato i video pensando a come tradurre il concetto del TVC sul mondo digital, in formati ridotti ad appena 15". Siamo in un momento di continua contaminazione, in cui gli spot prendono le sembianze delle Stories e i Meme diventano un codice espressivo. Un brand come Kinder Bueno mostra di saper interpretare questi linguaggi e modularli al meglio per parlare con il suo target».

Oltre al 16:9 destinato ai preroll, HUB09 ha declinato i soggetti nel formato quadrato di Facebook (riprendendo l'aspetto del multiphoto post) e trasformato il racconto in Carousel Ads Stories.

Kinder Bueno ha inoltre voluto portare il soggetto "on the go", in cui il protagonista è alle prese con il ritardo della metro, anche sui maxischermi di numerose stazioni metropolitane e ferroviarie italiane.

Agenzia: HUB09

Direzione Creativa: Diego Braghin, Marco Faccio

Social Media Manager: Stefano Balbo, Grazia Fainelli

Art Director: Mirko Matricardi

Client Manager: Francesca Pergola

Producer: Roberta Inaudi

CDP: SMART FACTORY

Director: Andrea Vernoli

Producer: Stefania Bindolo

3D EFFECT: SPACE COOKIES

Production Advisor & Cost Controller: VA Consulting