

HUB09 FIRMA LA CAMPAGNA DIGITAL KINDER GAME

Kinder lancia una nuova attività promozionale con un premio destinato a diventare un vero oggetto di culto tra gli appassionati: Kinder Game, un grande uovo che cela al suo interno tutto il necessario per dar vita a ben 12 giochi diversi. Proprio come Kinder, i giochi di Kinder Game sono intergenerazionali, capaci di coinvolgere adulti e bambini all'insegna del motto "imparare giocando": con questa finalità sono stati infatti sviluppati dagli esperti inventori di family games Luca Borsa, Luca Bellini e Walter Obert.

HUB09 è stata incaricata di sviluppare la strategia digital e social con l'obiettivo di promuovere il concorso attraverso il racconto dell'unicità del premio, dando particolare risalto alle numerose occasioni di gioco in famiglia.

L'agenzia è quindi partita proprio dall'iconico premio Kinder Game per strutturare una strategia di comunicazione capace di inserire il concorso in un contesto a più alto impatto emotivo: i momenti insieme tra grandi e piccini.

È nato così un video online di 6 secondi e numerosi post social che raccontano proprio il valore del tempo passato insieme a giocare. Lo shooting fotografico in particolare racconta le tante occasioni diverse per divertirsi insieme con Kinder Game, a casa, in macchina o anche 5 minuti prima della nanna.

Inoltre, grazie all'animazione 3D, è stato possibile dare letteralmente vita al key-visual: Kinder Game prende magicamente vita e si apre con una esplosione colorata che mette in mostra dadi, pedine e carte personalizzate rendendo ancora più spettacolari i contenuti.

La strategia ha visto il coinvolgimento anche di Luca Borsa, game designer autore dei giochi, nella realizzazione di brevi video tutorial per spiegare alcune regole e tips di gioco.

«Abbiamo dato vita a un linguaggio visivo semplice ma un po' magico - spiega il direttore creativo di HUB09, Diego Braghin - in cui si fondono animazione 3D e riprese ambientate. Kinder Game è il nostro protagonista assoluto e siamo certi che sarà in grado di catturare l'attenzione del grande pubblico, anche grazie a formati display ad alto impatto. Sul social abbiamo raccontato maggiormente i momenti di bonding genitori-figli, oltre a realizzare contenuti specifici per spiegare la meccanica del concorso e traghettare gli utenti alla landing page dedicata».

Agenzia: HUB09

Direzione Creativa: Diego Braghin

Social Media Manager: Stefano Balbo, Grazia Fainelli

Art Director: Mirko Matricardi

Client Manager: Gabriele Tealdi, Francesca Pergola

Producer: Roberta Inaudi

Video Editor: Andrea Vialardi

CDP: SMART FACTORY
Director: Andrea Vernoli
3D Effect: Space Cookies