Prosegue la campagna di comunicazione ATL di Kimbo

kimbo-campagna-atl-costiera-e-isole-img2-ee5faba5

Kimbo prosegue la sua campagna di comunicazione ATL nelle più belle e significative destinazioni turistiche del territorio campano: la Costiera Amalfitana, Sorrento e le tre isole Ischia, Capri e Procida. Rispetto a quanto già è stato fatto con grande successo nella città di Roma – che ha visto il rivestimento di alcune linee di navette elettriche della città –questa pubblicità dinamica avrà luogo a partire da giugno, durerà quattro mesi e si concretizzerà nel rivestimento di molteplici autobus in transito per tutto il periodo estivo fino alla fine di settembre. Con questo investimento Kimbo ha volutamente prediletto i territori più simbolici della sua regione e della stagione turistica, che ogni anno attirano milioni di visitatori e da sempre rappresentano l'italianità nel mondo. Una scelta che va a rafforzare ancora di più il messaggio comunicativo della brand promise di Kimbo: portare "Una tazza di Napoli" in Italia e nel mondo.

Kimbo, ormai presente in oltre 90 paesi del mondo, desidera diffondere il suo messaggio comunicativo aprendosi nuovamente a tutti i turisti che arriveranno in Italia e facendo leva sulla sua internazionalità. La nuova campagna ATL di Kimbo, infatti, è legata alla volontà di veicolare il messaggio comunicativo in maniera dinamica, considerando il periodo storico particolare che stiamo vivendo: terminato ormai il lockdown, la stagione turistica è finalmente iniziata e le località marine cominciano a prendere vita.Da qui, la volontà dell'azienda di rendersi visibile sul territorio, nella sua nuova veste,andando a intercettare tutte quelle persone che ora non saranno più in casa davanti alla TV ma che, finalmente, possono godere del periodo estivo nelle più famose località turistiche.



Una scelta di comunicazione importante per l’azienda partenopea,volta a rafforzare il concept della nuova campagna “Una tazza di Napoli” attraverso una serie di elementi, primo fra tutti l’immagine della celebre testimonial Serena Autieri, attrice talentuosa e particolarmente apprezzata dal pubblico italiano, anche dalle audience più giovani. Prodotto eroe della campagna affissioni è l’ultima miscela di caffè macinato lanciata da Kimbo nel 2020, Kimbo Gusto di Napoli: un caffè corposo, dolce e intenso, con sentori di cioccolato fondente e spezie, assolutamente rappresentativo del viaggio sensoriale tra le strade di Napoli.

Ugualmente emblematica è la scelta di raffigurare i Faraglioni, quale simbolo di una Napoli aspirazionale, capace di comunicare bellezza e unicità, valori che rappresentano da sempre il brand Kimbo. Infine,è anche centrale il tema della tostatura, talento imprescindibile del saper fare di Kimbo, in grado di rendere il suo caffè riconoscibile al gusto e famoso in tutto il mondo.Un’arte antica tipicamente partenopea di cui l’azienda è custode da quasi 60 anni.