# La nuova campagna di Keglevich connessa al mondo della street art

yb-keglevich-be88714b

Dopo aver presentato il nuovo posizionamento Skip The Ordinary, Keglevich lancia una campagna fuori dall'ordinario. Se Skip the Ordinary significa lasciarsi alle spalle il solito modo di fare le cose, esplorare nuove possibilità, sperimentare modi diversi di vedere, fare e sorprendersi, con il progetto "Skip The Ordinary Moscow Mule" il brand ne abbraccia pienamente l'essenza. Alla base del progetto, ideato da Leagas Delaney, c'è la preparazione in modo fuori dal comune del cocktail di punta di Keglevich, il K-Fruit Mule,una rivisitazione del moscow mule alla frutta.Si è quindi pensato di far interpretare la ricetta dalla creatività di alcuni autorevoli esponenti del panorama della street art italiana.Ne è nato così un video in stop motion in cui Vodka Keglevich Dry, Vodka Keglevich pesca, ginger beer, la mug Keglevich, la frutta e il ghiaccio danzano insieme creando un'animazione di grande effetto. Tra arcobaleni, stelle ed esplosioni di ghiaccio, il K-Fruit si compone a ritmo di musica e colori.

Keglevich continua il suo percorso di collaborazione con il mondo della street art scegliendo per il progetto: GRAM.
GRAM è un collettivo di Self-Publishing con sede a Milano, Venezia e Bolzano-Bozen. Una creatura mutevole e in costante evoluzione, un hub per creativi, finalizzato alla discussione sulla contemporaneità e alla circolazione dell'arte. *"Lavorare a questo stop motion è stata davvero un'impresa, sia in fase di preparazione che durante la realizzazione su muro. Un'esperienza faticosissima che però ci ha ripagato con un risultato finale incredibile e fuori dall'ordinario."* dichiara **GRAM**. Per la realizzazione del video infatti è stata utilizzata una tecnica nuova e senza precedenti nel panorama dell'ADV, persino per la piazza di New York, "cuore pulsante della street art mondiale": acrilico su carta blue back e su muro. I poster applicati a muro sono stati creati grazie a dei modelli su carta, utilizzati come base, che sono poi serviti per produrre gli elementi in grandi dimensioni, fino a 150cm. Ogni elemento ha un loop di 4 disegni che si ripetono 8 volte al secondo, creando uno stop motion a passo 3. Per la scena finale si è aggiunto un wetfloor che rende lo scioglimento del ghiaccio

davvero “realistico” e degli Astera per l’illuminazione con il risultato di un gioco di luci spettacolare. Si percepisce inoltre e volutamente lo scorrere del tempo dal giorno fino alla notte.Uno shooting davvero straordinario, con oltre 35 ore di riprese per un totale di 240 frame e un team di 10 persone che hanno camminato su e giù per il set per oltre 200km. A riprova della complessità dell’opera, è stato fondamentale il supporto di un partner tecnico, Stefalab, studio di designer e ingegneri specializzati in interaction e visual design.

[embed width="560"]https://youtu.be/PHEWNtcy0fA[/embed]

*“La street art è una forma d’arte moderna, colorata e accessibile a tutti, proprio come Keglevich. Per questo, quando è nato il progetto, è stato naturale pensare di esprimere la personalità Skip The Ordinary di Keglevich e del nostro K-Fruit Mule attraverso la street art”* - commenta **Virginia Barberini** , Senior Brand Manager di Keglevich e Limoncè.

*“È sempre affascinante partecipare a progetti dove cade la barriera preconcetta tra arte e advertising. Perché è solo cercando un terreno comune che si possono creare pezzi di comunicazione davvero unici”* dichiara **Fabio Pedroni** Direttore Creativo di Leagas.

Il video sarà pianificato, col supporto di Next14,sui canali social e digital del brand attraverso una video strategy che prevede tagli di diversa lunghezza.