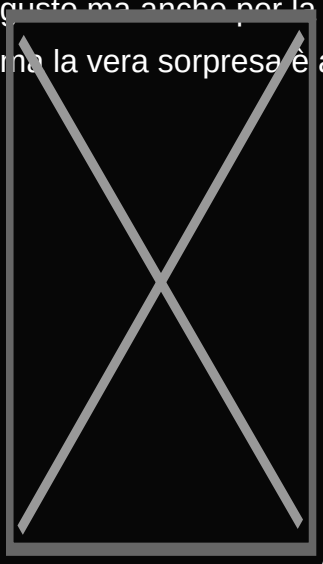
KitKat Zebra, la nuova edizione limitata di KitKat

kitkat-zebra-wall-50666fdb

In un periodo ricco di cambiamenti, sempre più persone vogliono tornare ad osare e sperimentare. E così dal modo di parlare, cucinare, viaggiare, vestire, fare arte e musica oggi il desiderio che unisce tutti gli italiani è quello di ritrovare la propria libertà e vivere nuove avventure dando sfogo alla propria creatività. A celebrare tutto questo è KitKat che, con la nuova edizione limitata KitKat Zebra, si fa portavoce di una generazione wild e avventurosa che mette al centro la creatività, la diversità e la libertà di osare. A partire da settembre 2021 KitKat rivestirà il suo break con un pattern jungle dark & white,quale icona dello spirito avventuroso e fuori dall'ordinario di un nuovo stile di vita.

A comporre le speciali striature di KitKat Zebra sarà un intenso cioccolato fondente combinato con cremoso cioccolato bianco a copertura del croccante classico wafer KitKat. Un piacere, dunque, per il gusto ma anche per la vista: un packaging contemporaneo che nella grafica ne anticipa il contenuto, ma la vera sorpresa è all'interno, 4 fingers sempre diversi ma tutti irresistibilmente buoni.



Al centro del nuovo claim di KitKat Zebra c'è quindi l'avventura «Add a little adventure to your break». Un concept che interpreta l'estro, la creatività, l'originalità e la libertà e che

si ricollega ai trend del momento: non c'è limite, dunque, alla fantasia e alla voglia di godere di nuove esperienze. Lo spirito di KitKat Zebra interpreta una società in cui,dallo stile street ai generi musicali come la trap e all'indie, all'eccentricità che fa da sfondo ad ogni attitudine, la volontà è quella di stupire e di stupirsi togliendo qualsiasi freno alla creatività e alla trasgressione.

KitKat ha saputo negli anni mantenersi aggiornato e contemporaneo seguendo stili e tendenze del suo target. Dal KitKat Rosa, al Matcha, passando per il Gold, ha conservato comunque intatte quelle peculiarità che lo hanno reso famoso in tutto il mondo: lo spirito sempre giovane, un gusto inconfondibile e l'unico snack emblema del break da sempre.

Annalaura Giachetta, Marketing Manager della Divisione Dolciari Nestlé Italiana, ha dichiarato: *"La categoria del food, prima ancora dello snack, sta vivendo, soprattutto negli ultimi anni, una rivoluzione mossa dalla ricerca sensoriale in fatto di gusti e accostamenti. Lo snack non fa eccezione. Ci rivolgiamo ad un pubblico giovane, nell'età e nell'anima, curioso e attento, aperto ed interessato a nuove esperienze. Questa è l'essenza della Limited Edition: offrire un'esperienza accattivante, fuori dall'ordinario, per un limitato periodo di tempo. Per "aggiungere una piccola avventura al proprio break", per parlarne e condividerla con amici, per creare contenuto sui propri social. KitKat Zebra è proprio questo, un break fuori dall'ordinario per la nuova Wild Generation."*