La nuova campagna di Cialde Compostabili Nuova Formula Bar Kimbo

kimbo-spot-71a521ae

Kimbo lancia il nuovo spot pubblicitario, on air dal 3 ottobre, dedicato alle Cialde Compostabili Nuova Formula Bar. Il racconto di questo innovativo prodotto si inserisce nella più ampia campagna, avviata nel gennaio 2021, “Una tazza di Napoli”, con la quale lo storico brand partenopeo rinsalda il legame con il proprio territorio e al contempo lo relaziona alla forte internazionalità del suo caffè: Kimbo è il caffè napoletano nel mondo, simbolo di tradizione e autentica qualità. Una tazza di Napoli è una campagna che racconta una storia: sorseggiare una tazza di Kimbo non rappresenta più soltanto un semplice momento di piacere, ma si trasforma in un vero e proprio viaggio di emozioni: è l’anima di Napoli che, attraverso ogni chicco, riesce a regalare il sole, il mare, la cultura, l’umanità, la bellezza e le tradizioni di questa incantevole città.

Questo secondo appuntamento vede come protagonista l’affascinante attrice Serena Autieri, ambasciatrice Kimbo dal 2018, affiancata da Gennaro Esposito, lo chef due stelle Michelin che, con il suo ristorante Torre del Saracino a Seiano, rappresenta un punto di riferimento per la cucina italiana. Serena Autieri e Gennaro Esposito, due talenti napoletani amati nel mondo, si incontrano in una casa sul mare, per assaporare insieme il gusto eccezionale delle nuove cialde Kimbo Espresso Napoletano Nuova Formula Bar preparate ed esaltate con la nuova macchina Kimbo Metal. In particolare, è lo chef a rivelarne l’esistenza all’attrice che, al momento dell’assaggio, rimane profondamente sorpresa dall’intensa cremosità.

La scena si svolge sullo sfondo dei Faraglioni di Capri: emblema di Kimbo e del fatto che, ovunque ci si trovi nel mondo, berne una tazza significa riscoprirsi nella sua terra. L’interazione tra i due, allegra e complice, è la cornice espressiva di una garanzia di reale qualità, attestata dalla presenza dello chef Esposito, oltre che dall’inimitabile saper fare di Kimbo. Il tutto avviene sulle note di samba di “El Kimbo”, storico jingle del brandgià rivisitato per lo spot istituzionale “Una tazza di Napoli” e qui riproposto in una versione ancora nuova e dalle sonorità ultra-contemporanee. Il nuovo spot

testimonia anche l’eccellenza della cultura del caffè, che in Kimbo ha radici profonde ed è tra le migliori espressioni della tradizione napoletana. Talento imprescindibile di questo saper fare è certamente quello della tostatura, talmente particolare e unica da rendere il caffè Kimbo riconoscibile al gusto e famoso in tutto il mondo: si tratta di un’arte antica tipicamente partenopea di cui Kimbo è custode da quasi 60 anni, che valorizza l’essenza più autentica di ogni chicco e garantisce il giusto equilibrio di gusto e aroma in ogni miscela, per una resa in tazza davvero unica.

L’intera linea di cialde, oggetto di questa nuova campagna, ha visto un rinnovamento della sua formula: la Nuova formula bar rende infatti il caffè più cremoso e intenso, dando agli appassionati del caffè la possibilità di ricreare in casa propria un caffè buono come quello del bar. Le miscele oggetto di questa operazione di upgrade attuata dal dipartimento di ricerca e sviluppo sono: Macinato Fresco, Espresso Napoletano, Espresso Barista 100% Arabica ed Espresso Decaf.Il rinnovamento ha riguardato anche i formati: quelli da 18 sono passati a 15 pezzi, mentre per la miscela Macinato Fresco è stato introdotto il formato da 50 in sostituzione del precedente da 30 cialde. I nuovi prodotti sono acquistabili nei centri della grande distribuzione locale e nazionale. Le cialde Kimbo rinnovate nella loro formula mantengono comunque il loro animo sostenibile: sono infatti interamente compostabili e hanno ottenuto la certificazione OK Compost da TUV Austria,cheoffre servizi certificativi a livello internazionale in ambito di qualità, energia, ambiente, sicurezza e prodotto. Il marchio e lo schema di certificazione OK COMPOST - ottenuto nel 2017 – garantisce che il prodotto soddisfi gli stringenti requisiti previsti dalla norma UNI EN 13432 dopo essere stato sottoposto ad accurate analisi di laboratorio. Ulteriore protagonista dello spot è uno degli ultimi lanci dell’azienda: la nuova macchina a cialde Kimbo Metal, realizzata principalmente in metallo come indicato dal suo naming.Rispetto ad una tradizionale macchina in plastica, la Kimbo Metal è stata pensata per essere unprodotto al passo con i tempi, più sostenibile e che valorizzi design e funzionalità garantendo l’elevata qualità tipica del made in Italy. Essendo piccola e compatta riesce ad adattarsi perfettamente ad ogni spazio domestico ed è disponibile in svariati colori.

La campagna è firmata da Service Plan Italia, con produzione a cura di Rely di Enrico Griselli, regia di Claudio Zamarion e pianificazione di Inmediato MediaPlus, e sarà veicolata sulle reti Rai, Mediaset e La7 nei formati 30’’, 20’’, 15’’, 10’’ e 5’’. La campagna parte in maniera dirompente e mantiene una pressione importante fino alla fine del mese per poi proseguire nei successivi. Un flight TV impattante che, soltanto per il primo dei tre mesi previsti di programmazione, conta 1.100 passaggi TV, un valore di oltre 1000 GRP, una percentuale di Prime Time superiore al 50% e una reach stimata superiore a 360 milioni contatti. La campagna di prodotto conferma la leadership di Kimbo per quanto riguarda gli investimenti in pubblicità televisiva. Nel 2020, infatti, l’azienda si è confermata tra i top spender negli investimenti sulla televisione italiana.