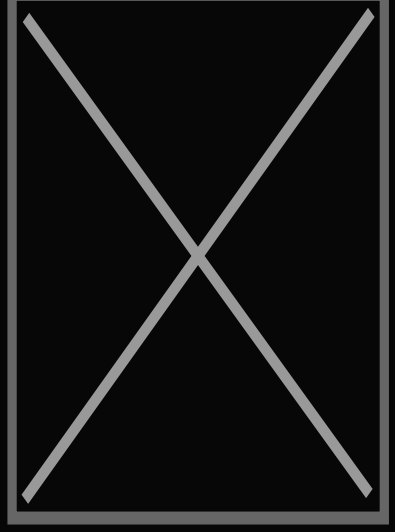
Torna il Double Down da KFC

kfc-dd-gif-collage-b49038d9

“Ma perché lo avete tolto?!?” Si chiedeva la community social di KFC. E il Double Down, il geniale panino senza pane del Colonnello Sanders, fa di nuovo scalpore tornando nei ristoranti KFC e raddoppiando il gusto. Insieme alla versione Original Recipe, già nota ai fan,da oggi si può gustare anche nella proposta piccante Zinger che incendia i palati. Il Double Down iconico di KFCal posto del pane ha due filetti di pollo fritto, preparati secondo la ricetta originale del Colonnello Sanders, e all’interno è farcito con bacon, formaggio Monterey Jack, maionese e salsa barbecue. La nuova variante Zinger è super piccante grazie ai due filetti Zinger preparati secondo la ricetta Hot&Spicy e alla salsa Supercharger.

“Il grande successo del Double Down che abbiamo lanciato a gennaio 2018 ci ha convinti a proporre ora la nuova declinazione piccante, che fa parte della famiglia Zinger dedicata ai palati che amano le sfide – afferma **Nicoletta Pirro Ruggiero**, Head of Marketing and Communication di KFC Italia. *La comunicazione ideata per il nuovo prodotto dà continuità alla strategia che avevamo individuato per il lancio di gennaio e racconta un modo di fare tutto italiano: parlare con i gesti. Ma come il prodotto, anche la campagna di comunicazione ha una nuova declinazione. Abbiamo infatti coinvolto direttamente la fan base del Double Down per renderla protagonista: alcuni degli assaggiatori del Double Down Original Recipe e Zinger che compaiono nella campagna sono infatti stati reclutati tra i fan più sfegatati di KFC”.*



La prova dell’assaggio è il cuore della creatività della comunicazione ideata da Isobar, l’agenzia creativa di Dentsu Aegis Network. Un video mostra in split screen gli utenti che celebrano il ritorno del Double Down e la novità, e vengono travolti dalle fiamme dello Zinger. Il ritorno con raddoppio è rappresentato da uno strappo che percorre il logo di KFC e del Double Down, strappo che diventa l’elemento ironico di raccordo dello split screen, delle Stories e del k-visual della comunicazione sul punto vendita.

I FAN DEL DOUBLE DOWN E IL COLONNELLO PROTAGONISTI DELLA CAMPAGNA

Protagonisti della campagna sono alcuni fan reclutati su Facebook e un cameo da scoprire, per veri intenditori. Ma è sempre il Colonnello Sanders a tenere le fila delle conversazioni social: recluta gli assaggiatori, risponde in prima persona su Facebook, con tutto un vocabolario di gesti tipicamente italiani che ha finalmente imparato, e si inserisce nei contenuti prodotti spontaneamente dagli utenti su Instagram grazie ad alcuni gif e sticker su Giphy che lo vedono protagonista.

LA CAMPAGNA È ONLINE DAL 4 OTTOBRE AL 24 OTTOBRE

Dal 4 ottobre al 24 ottobre il video Double Down sarà online con diversi formati su Youtube, Facebook e Instagram Stories, grazie alla pianificazione di Simple Agency, Gruppo Dentsu Aegis Network Italia. Il Colonnello Sander è protagonista anche del menu board dei ristoranti, con un’incursione sorprendente: davanti ai clienti intenti a ordinare, il braccio del Colonnello spunta improvvisamente nel menù dei panini, lo strappa e mostra il ritorno con novità del Double Down.