Il gorilla conquista il web!

Il Gorilla di Crodino è una vera star. Chi non conosce le divertenti gag che intrattengono da anni i telespettatori alla tv? Cosa c'è dietro la comunicazione di successo di questo storico brand che sa rinnovarsi continuamente?

L'esordio in tv

Il Gorilla di Crodino è una creatura di Erminio Perocco nata nel 2001, un vero e proprio personaggio, che grazie alla sua ironia dirompente, supera il ruolo di testimonial. In una serie di episodi il Gorilla, appoggiato al bancone del bar, chiacchiera con Dino, il barista a cui ordina un Crodino e a cui inizia a raccontare le sue avventure. Queste si concludono immancabilmente con una battuta esilarante!
Il Gorilla, spot dopo spot, acquisisce una personalità definita. Compaiono i suoi figli, parla di sua suocera, insomma si crea nell'immaginario l'umanità del Gorilla. Ma è con l'incontro con Victoria Cabello, nel 2005, che le gag del Gorilla diventano un cult. La ragazza, un po' svanita e molto esuberante, è convinta che il Gorilla l'abbia rapita e s'innamora del suo King Kong. Victoria diventa amabile protagonista, insieme al Gorilla, di divertenti sketch che fanno leggere del Gorilla un riferimento immediato del brand Crodino.
La definitiva consacrazione del Gorilla giunge con la pubblicazione del suo primo libro, "Questione di peeling"- Riflessioni a caldo di un Gorilla di mondo. La comunicazione Crodino sperimenta, per la prima volta, una strada originale che veicola lo spirito del brand. Attraverso le sue avventure e disavventure metropolitane, il Gorilla si mette a nudo ed esprime, "senza peli sulla lingua", le sue perplessità sulla vita che conducono gli umani. L'opera prima del Gorilla più simpatico della storia diventa un successo entrando addirittura nella classifica del Corriere della Sera nella categoria della letteratura ironica.
"L'Ultimo Crodino" è il titolo del film di Umberto Spinazzola ispirato ad un fatto di cronaca avvenuto nel 2001: la clamorosa e maldestra vicenda del tentato rapimento post-mortem di Enrico Cuccia. Oltre all'analcolico biondo, Crodino è il soprannome di uno dei due protagonisti della vicenda e del film che ne prende il nome. Da questa coincidenza è nata la collaborazione alla pellicola, con un'operazione di naming placament.

Sempre innovativo

“A un pelo dalla Victoria. Era il giorno più bello. Poi arrivò il Gorilla.” è la sitcom interpretata dal Gorilla di Crodino e Victoria Cabello, che ha animato la pagina di Facebook Crodino Crazy Factory dal 15 novembre 2010.

Dopo anni di frequentazione al bar di Dino, Victoria decide di presentare alla sua famiglia il suo “fidanzato” peloso. Quale occasione migliore se non il matrimonio della sorella minore di Victoria (Vittoria Belvedere) e un lord inglese ufficiale di marina? Certo, il Gorilla non si sentirà completamente a suo agio. Il Gorilla inanella una serie di gag in cui la sua spontaneità si scontra con la formalità e lo scarso sense of humor dell’”alta borghesia” di cui è ospite.

15 appuntamenti che hanno conquistato 70 mila utenti Facebook e un canale youtube che ha attirato l’attenzione degli internauti.

Crodino Crazy Factory è la pagina Facebook che nasce per la sitcom del Gorilla, ma va oltre. È il posto dove si fabbrica il buon umore, dove prendono vita ogni giorno idee divertenti e un po’ pazze per regalare ai fan di Crodino, e non solo, un momento di allegria.

“Normalmente uno spot interrompe un film. Per Crodino abbiamo pensato di realizzare direttamente un film… o qualcosa del genere!” ironizza, in pieno stile Crodino, Francesco Cruciani Direttore Marketing Campari Italia. “Dopo essere stato autore di un libro, il Gorilla di Crodino, diventa attore ed esprime tutta l’ironia del brand, senza mai mostrarlo. In comunicazione servono sperimentazioni inedite, in cui il brand non si riferisce solo più a se stesso ma diventa occasione per proporre altri contenuti. Con Crodino Crazy Factory, abbiamo voluto creare uno spazio sui generis divertente, adatto ad ospitare la voglia di sperimentare”.