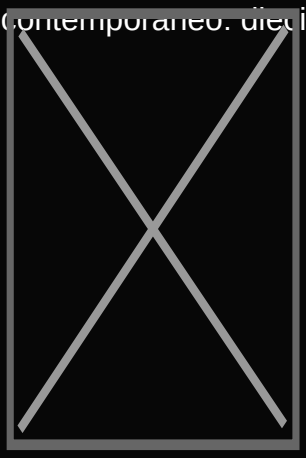
Bon Ton Tips, la nuova campagna di Sambonet

4-img-6225-4b1e4a7f

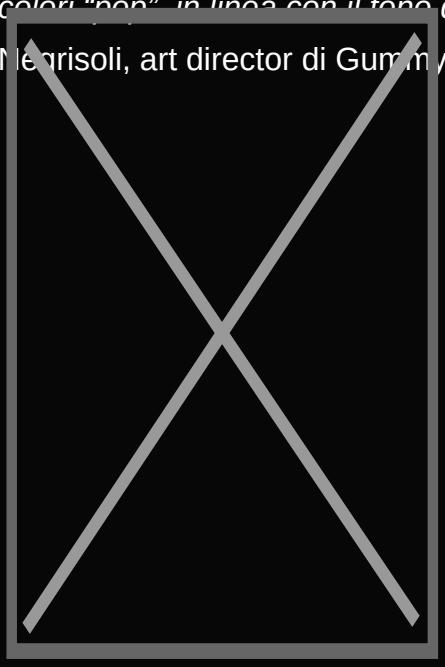
Quando Sambonet, storico marchio italiano di posate, utensili per la cucina e l’home living, ha scelto Gummy Industries, agenzia creativa digitale bresciana come partner per la comunicazione, si è posto una domanda: come raccontare l’eccellenza e l’italianità a un pubblico più ampio e a cavallo di più generazioni? Un pubblico altospendente, ma anche giovane, sempre connesso, che percepisce un nuovo concetto di lusso e che vive in un mondo di regole già scritte, lontane dalla sua quotidianità? Sambonet e Gummy Industries hanno avvicinato il brand a un target che condivide un linguaggio contaminato dal mondo dei social e di internet, senza perdere il pubblico acquisito, già estimatore dei prodotti Sambonet, né oscurare l’heritage del brand. Da qui è nata una nuova strategia, un nuovo tono di voce, nuovi contenuti e una campagna speciale dal titolo “Bon Ton Tips”. Bon Ton Tips, il bon ton contemporaneo: dieci consigli, un video, una grande campagna



La campagna vuole riproporre il brand Sambonet agli occhi del proprio pubblico e presentarlo a una nuova e più ampia community. L’obiettivo è l’”awareness”. Il mezzo per arrivarci è un contenuto ricco e denso, che possa essere davvero utile alle persone nella ricerca dell’esperienza in tavola, approcciando tutti quegli attori – posate in primis – che concorrono a rendere unica tale esperienza, al di là del cibo. Così Sambonet e Gummy Industries hanno recuperato dalla “soffitta” il galateo e – senza alcuna presunzione di riscriverne regole e cerimoniale – hanno dato vita a una propria interpretazione con l’obiettivo di attrarre i più giovani al tema della convivialità in tavola. Da qui sono nati i “Bon Ton Tips” Sambonet: 10 “consigli” a uso e consumo delle persone, 10 clip rielaborate in un video realizzato in collaborazione con la casa di produzione AIVIL e l’agenzia food Mostachos.

1. Mise en place: “Minimalismo, con stile.”
2. Posti a tavola: “Il posto non si assegna, si sceglie.”
3. Omaggi: “Vino? C’è già. Accessori? Ben vengano.”
4. Menù: “Tolleranza alle intolleranze.”
5. Delivery: “Impiattare. Tutto Sempre!”
6. Cortesie: “Ospite puntiglios?? Amic? volenteros?.”
7. Smartphone: “Sul tavolo è ok, ma a schermo in giù.”
8. Social: “Foto-mania? Con permesso.”
9. Conversazione: “Il silenzio è godimento.”
10. Atmosfera: “Musica di fondo, cena in primo piano.”

*«Le posate come ogni altra cosa hanno un posto ben preciso in tavola. Il coltello e cucchiaio a destra, tovagliolo e forchetta alla sinistra del piatto. Ma oggi la mise en place può essere anche stravolta, resa personale e unica» s*piega **Giovanni Coppo**, Sales & Marketing Director di Sambonet Paderno Industrie. Il video riporta al centro della scena e del nostro tempo le buone maniere della tavola e il buon gusto: *«Sambonet si fa portavoce di uno stile meno impostato, più vivace e coerente con il modo di vivere contemporaneo». Il racconto, chiamato a catturare l’attenzione di un utente già sommerso di contenuti, è «fresco e dinamico» grazie ad «un ritmo incalzante nello storyboard e ad una palette colori “pop” in linea con il tono di voce e la nuova art direction di Sambonet»*, spiegano Isabella Negrisoli, art director di Gummy Industries e Silvia Lovera, project manager.



Il video sarà accompagnato da una massiva campagna di comunicazione sia digitale sia multicanale, oltre a una serie di azioni collaterali. Il lancio digital vedrà protagonista un video, sia in versione estesa sia declinato in 10 pillole di breve durata, oltre a una

serie di contenuti simpatici e ingaggianti su tutti i canali social di Sambonet seguendo un accurato media plan. Accanto ai canali digitali, si snoderà una ricca pianificazione media legata al mondo della stampa, che coinvolgerà testate giornalistiche nazionali di lifestyle del calibro di Vanity Fair per poi toccare, in abbinamento ad una campagna di brand nella seconda parte dell'anno, testate verticali di cucina, arredamento, design e home living.

Non solo: Sambonet ha appena dato vita ad un nuovo sito, pronto ad accogliere il pubblico anche nella visione del video "Bon Ton Tips". Il lancio della campagna speciale non può prescindere da una serie di attività collaterali dedicate: la prima è un contest ("Che Bon Tipo sei?"), complementare a tutti i contenuti on air, grazie al quale gli utenti potranno scoprire il proprio personale approccio alla tavola. La seconda è il coinvolgimento di alcuni influencer tra i quali spiccano – per iniziare – i nomi di Paolo Stella, Eleonora e Carlotta Rubaltelli e Irene "Valdirose", con l'obiettivo di interessare sempre più giovani e al contempo valorizzare sui social la campagna "Bon Ton Tips".