

06/05/2019 19:26



Integrated

## Gruppo Roncaglia firma uno storytelling innovativo per Volkswagen Caddy

Il progetto mira all'attivazione dei piccoli passeggeri e delle loro famiglie attraverso diversi touchpoint. Bubufalla e i suoi amici sono presenti negli appuntamenti di presidio fisico che la rete di vendita organizza su tutto il territorio, per i quali il Gruppo Roncaglia ha ideato e curato i materiali di allestimento e degli stand brandizzati. Il progetto si compone anche di una parte di sviluppo online, lanciato l'8 aprile scorso.

Un innovativo storytelling coinvolgente e multicanale. Così il **Gruppo Roncaglia** ha ideato e realizzato l'attività di promozione per **Volkswagen Caddy**, il veicolo di **Volkswagen Veicoli Commerciali** che per comodità, spazio e potenza è il mezzo più adatto alle esigenze di famiglie con bimbi piccoli. Proprio su questo target di interesse è stato incentrato il progetto, che mira all'attivazione dei piccoli passeggeri e delle loro famiglie attraverso diversi touchpoint.

Protagonista il buffo personaggio di **Bubufalla**, l'amico immaginario che tutti i bambini vorrebbero avere. Accanto a lui c'è una grande famiglia con tanti componenti, realizzati con il coinvolgimento di un illustratore, che ci accompagnano nella scoperta delle caratteristiche del Volkswagen Caddy. Con Bubufalla e le sue magie è divertente giocare a identificare le figure che più si avvicinano alle caratteristiche dei propri familiari. Tutti i personaggi sono infatti rappresentati nei family stickers, gli adesivi pensati per accompagnare i viaggi delle famiglie che decideranno di personalizzare la propria auto attaccandoli sul finestrino.

Bubufalla e i suoi amici sono presenti negli appuntamenti di presidio fisico che la rete di vendita organizza su tutto il territorio, per i quali **il Gruppo Roncaglia ha ideato e curato i materiali di allestimento e degli stand brandizzati**. Presso i dealer, o in altri luoghi frequentati dal target (ad esempio, i centri commerciali), sarà anche possibile per le famiglie giocare ad una caccia al tesoro all'interno del Caddy e contestualmente scegliere di prenotare un test drive o fare un preventivo.

Il progetto si compone anche di una parte di **sviluppo online**, lanciato l'**8 aprile scorso**. Attraverso la partnership con **Coccole Sonore**, un network dedicato al target famiglie, si amplia la platea dei possibili interlocutori. La creazione di un video cartoon e di una canzone, con musiche e testo originali, che raccontano quanto sia divertente viaggiare sul Caddy in compagnia di Bubufalla e della sua simpatica famiglia, visualizza le qualità del veicolo e le occasioni di viaggio e divertimento che il Caddy ci permette realizzare.

“Abbiamo costruito una strategia target oriented, che avesse come focus la creazione di un mondo incantato, dai toni delicati e con ricchezza di dettagli, abitato da personaggi di forte appeal per i piccoli viaggiatori”, spiega **Daniela Campana**, account supervisor responsabile del progetto. “Il risultato è un'attività a tutto tondo, che attraverso ogni canale incentiva le famiglie a rimanere in contatto, con la proposizione di un test drive o di un preventivo”.

Abbiamo adottato un nuovo punto di vista sulle modalità per intercettare il target primario”, osserva **Paolo Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia Digital Marketing. “Partendo da questo approccio, la narrazione del prodotto è stata declinata sulle specificità dei diversi touchpoint, fisici e digitali, che si integrano in un ecosistema coerente con l'obiettivo di stabilire una relazione ingaggiante con le persone”.