



## PIANO PIANO, ARRIVA IL NATALE MAINA

**Dopo anni di successi, la comunicazione Maina rinnova e rilancia il concetto Piano Piano – Buono Buono ideato da Republic . Per Natale un inedito film con una nuova musica e un coro Gospel che balla e festeggia insieme alla gente. Investimenti in crescita, nuovi prodotti e restyling del packaging.**

"Il coro tra la gente" è il titolo del nuovo spot realizzato per Maina sempre dall'agenzia Republic, che sarà on air dal 28 novembre su RAI, Mediaset, e altri canali tra satellite e digitale terrestre.

Anche quest'anno protagonista della campagna TV è il coinvolgente "Coro gospel Maina", inusuale rappresentante dei valori di cui l'azienda si fa portatrice. Rispetto al Coro presente negli spot precedenti, il numero degli elementi per queste riprese è aumentato, tanto da rendere necessario un casting a più di 300 artisti per selezionarne poi 30 tra cantanti e ballerini.

Un'altra novità riguarda l'introduzione della danza che, sotto la direzione di due esperte coreografe, rende il risultato finale decisamente armonioso, coinvolgente ed emozionante.

La storia narra di un Coro, dotato di magiche lanterne, che la notte di Natale coinvolge un'intera città nei festeggiamenti. Le strade diventano così palcoscenico di un musical in cui la gente balla e canta al ritmo di un trascinate brano gospel. Centinaia di persone escono di casa e si riuniscono nel centro della città per formare, nel gran finale, un enorme albero di Natale. L'ultima inquadratura che la cinepresa ci regala riprende questa scena dall'alto: un grande albero illuminato dalle luci delle lanterne che il Coro ha portato con sé lungo tutto questo festoso cammino.

*"Se tu lo fai piano piano, tutto sarà buono buono"* sono le parole cantate dal Coro insieme alla gente che incontra per strada, bambini e adulti. Il nuovo jingle è una rivisitazione di un tradizionale brano gospel, una versione "pop" più moderna e coinvolgente rispetto a quella originale.

Il leit motiv del gospel "Piano Piano. Buono, Buono" si riferisce ai tempi di lievitazione e lavorazione dei panettoni Maina, ma è anche la filosofia di vita dell'Azienda: prendersi tutto il tempo necessario per fare bene le cose. È un elogio alla lentezza, un invito a riprendersi il proprio tempo, a fermarsi un attimo a godere, soprattutto a Natale, della propria famiglia, del calore della propria casa.



Un messaggio *slow* in forte contrapposizione con un mondo sempre più frenetico, come in controtendenza è anche la strategia di Maina di continuare ad investire in comunicazione nonostante il periodo di crisi economica generale. L'Azienda ha infatti realizzato un investimento pubblicitario del valore lordo di circa 9 milioni di euro (+ 20% rispetto al 2009), a testimonianza della convinzione che questo spot veicolerà un messaggio molto diverso rispetto ai classici tormentoni natalizi.

L'atmosfera natalizia che si respira guardando le immagini è stata ricreata già durante le riprese, innevando un intero centro città durante il mese di settembre e addobbandone le vie con festose luminarie e alberi di Natale.

Ma molti altri straordinari e complessi effetti scenici sono opera della postproduzione, come la magia del Coro che si muove sui tetti attraverso una città pervasa dall'incanto del Natale. Un'altra particolarità riguarda le calde luci delle lanterne portate dal Coro, che altro non sono se non i nuovissimi pack di Gran Nocciolato e Gran Pandoro illuminati.

Una produzione grandiosa diretta dal trentaduenne regista tedesco Linus Ewers - con alle spalle lavori per Ferrero, Mercedes Benz, Toyota, Skoda e Whirlpool - che solo dopo due giorni e due notti di lavorazione in un centro città blindato, con l'impiego di oltre 100 addetti ai lavori e di circa 300 comparse sul set, si è dichiarato soddisfatto delle riprese ottenute.

Dal 28 novembre fino a Natale due soggetti entreranno nelle case degli italiani portando tutta la magia di questa festa: il classico panettone Gran Nocciolato (nelle versioni da 30" e da 15") e, per la prima volta nella storia di Maina, ai suoi esordi sul piccolo schermo, il Gran Pandoro (versione da 15").

Entrambi i prodotti si vestono a festa e per l'occasione presentano un nuovo look nel packaging, novità che riguarda anche tutti gli altri prodotti classici. Una veste grafica più moderna ed elegante che di sicuro non passerà inosservata a chi è abituato a festeggiare il Natale con Maina.

### **Credits:**

Agenzia pubblicitaria: Republic  
Direttore creativo Art: Salvatore Giuliana  
Direttore creativo Copy: Giuliana Guizzi  
Direzione creativa esecutiva: Sandro Gorra  
Direttore clienti: Nicola Pardelli  
Postproduzione: Les Enfants  
Centro media: Multiservice  
Coreographer: Francesca Nerozzi, Heloise Chapman  
Chorus Master: Crystal White  
Arrangiamento musiche: Catilina Sherman