



Condorelli celebra i 60 anni del Torroncino con la nuova

campagna tv “Non Rivedrai” rivolta alle nuove generazioni e incrementa il budget del 20%

14

Adv Condorelli celebra i 60 anni del Torroncino con la nuova campagna “Non Rivedrai” rivolta alle nuove generazioni e incrementa il budget del 20%

Il Cavaliere Giuseppe Condorelli spiega la nuova strategia che ispira lo spot ideato e girato da Riccardo Catagnano e prodotto da Akita Film on air dal 4 dicembre sulle reti Rai con planning interno



di Vittorio Parazzoli

Condorelli, specializzata nella produzione di torroncini e dolci siciliani, torna in comunicazione in occasione delle festività natalizie e celebra i 60 anni dal lancio del celebre Torroncino con la nuova campagna “Non Rivedrai”, firmata dal direttore creativo e regista Riccardo Catagnano, incaricato in forma diretta, e prodotta da Akita Film (Casta Diva Group). Il progetto debutterà con uno spot tv dal 4 dicembre sulle reti Rai nelle fasce orarie del day-time e prime-time, e vivrà anche sui canali digital e social media del brand, con attivazioni social e un piano editoriale dedicato che arricchisce il concept; il planning è curato internamente. Il film riporta al centro il Torroncino, prodotto simbolo dell'azienda siciliana creato nel 1965 dal Cavaliere Francesco Condorelli, ma lo fa con una chiave inedita e contemporanea: protagonista è il momento del post-cena, non più nella tra-

dizionale dimensione familiare, ma in un contesto giovane, durante una festa natalizia tra amici. Nonostante questi momenti siano sempre più spesso vissuti dalle nuove generazioni lontano dagli affetti familiari, zii, suocere e cugini riescono comunque a palesarsi, a farsi “rivedere” attraverso videocall che arrivano, puntualmente, nei momenti meno opportuni.

I commenti

«Il nostro Torroncino è un prodotto ormai radicato nell'immaginario collettivo dei consumatori – spiega a DailyMedia il Cavaliere Giuseppe Condorelli – e per questo abbiamo deciso di muovere un ulteriore step a livello di storytelling proiettando la nostra azienda e il Torroncino, in chiave più contemporanea, lontana dai racconti stereotipati del Natale. Grazie a questa campagna, il brand per la prima volta dà del tu alle nuove generazioni con un tone of voice e un concept creativo che associa l'arrivo delle festività all'arrivo,

sulle tavole anche dei più giovani, dei Condorelli, restando altresì fedeli allo storico claim che ci accompagna da decenni. È sempre un piacere”. Per noi e anche per la comunicazione natalizia del segmento dolciario, è un “evento disruptive” dopo il lungo periodo legato al testimonial Leo Gullotta, ma sempre mirato comunque a rafforzare il ricordo di marca. Stiamo anche pensando a come aumentare il media mix in queste settimane e in ogni caso il budget cresce del 20% rispetto quello del 2024». Catagnano aggiunge: “È un vero piacere e un onore scrivere un nuovo capitolo della comunicazione di questo prodotto. Per raccontare al meglio la solennità delle feste, abbiamo scelto una comunicazione ironica e insightful, capace di avvicinare i Condorelli alle nuove generazioni. Lavorare a quattro mani con Akita Film, sedendosi allo stesso tavolo sin dalle prime fasi del progetto, ha contribuito a creare una campagna con un approccio di creative production, un valore aggiunto per tutti gli attori della filiera”.

Credits

Akita Film -

Production Company

Riccardo Catagnano - Regia

Paolo Zaninello -

Executive Producer

Martina Sironi - Producer

Alessandro Bolzoni - DOP

You Are - Post Production

Nazzareno Brischetto - Musical Direction

Riccardo Catagnano - Lyrics

Ivan Galofaro - Voce

Marco di Dio, Cristina Russo -

Musical Producer

Riccardo Catagnano -

Creative Director

Tiziana Di Molfetta, Giacomo Peralta -

Art Director

Francesca Corsi, Sabrina Carrera -

Copywriter

Tasfay Baleani -

Backstage Movie & Digital Content

Mattia Airoidi -

Client Service Director