



## LA NUOVA VIDEO STRATEGY DI HOOVER ACCOMPAGNA IL CONSUMATORE IN TUTTE LE FASI D'ACQUISTO E RINNOVA IL LINGUAGGIO DEL BRAND

*Hoover, in partnership con Filmmaster Productions per la produzione di 35 nuovi video dedicati a 7 hero products delle gamme washing, cleaning e purifying, ha coinvolto 800 filmmaker da 59 Paesi per la creazione di video-pillole e fake tutorials incentrati sui valori del brand*

**Hoover** lancia una nuova fase e un capitolo innovativo della propria strategia di comunicazione, con l'obiettivo di essere presente in tutte le fasi del processo di acquisto con contenuti rilevanti a seconda del momento. Tutto questo **sfruttando le potenzialità e l'immediatezza dei video**.

Nei mesi scorsi il brand ha siglato una partnership con **Filmmaster Productions**, storica casa di produzione italiana di spot pubblicitari, che ha messo in campo la sua crowd di oltre 120mila filmmaker in 140 paesi per la produzione di contenuti innovativi.

Oggetto e obiettivo della partnership è stata la **realizzazione di una vera e propria video strategy** dedicata alla gamma dei **7 nuovi hero product di Hoover**, strutturata e pensata per creare un dialogo corale e una narrazione omogenea, massimizzando efficacia ed efficienza.

Una narrazione pensata per accompagnare **l'intera consumer journey**, dall'**awareness** (per la quale sono stati prodotti per ogni prodotto due video social da 30 secondi l'uno), alla **consideration** (con video di presentazione di ciascun hero più nel dettaglio) fino al **post-purchase** (con video per sfruttare e mantenere al meglio il prodotto una volta acquistato).

Per ognuno dei **sette prodotti coinvolti** – H-WASH 500 e H-DRY 500 per il washing, H-HANDY 700, H-GO 700, H-FREE 300 Hydro e H-500 Hydro Plus per il cleaning e il floorcare e H-PURIFIER 700 per la purificazione degli ambienti – sono stati studiati specifici set di ambientazione, percorsi di narrazione, topics, script, musica, grafica 2D e art direction **per un totale di 35 video**.

In parallelo, **Filmmaster Productions** ha fatto partire una call rivolta al network internazionale di creativi e filmmaker per la produzione di una serie di pillole video dal tono divertente e scherzoso (*fake tutorials*).

La risposta al contest è stata entusiasmante, con più di 800 filmmaker provenienti da 59 paesi che hanno prodotto un totale di 265 video in cui i protagonisti danno consigli al limite del surreale e parodistico per risolvere problemi quotidiani di pulizia e lavaggio.

Il finale comune ad ogni video, **"There is a better way to..."**, suggerisce poi il modo corretto per risolvere il problema con uno dei 7 prodotti di Hoover, ingaggiando in modo intuitivo e simpatico lo spettatore.

*"La continua ricerca di un dialogo proficuo e costruttivo con i nostri consumatori ci ha portato ad individuare una nuova strada e ad esplorare nuovi linguaggi per raccontare le caratteristiche dei prodotti e dei valori del brand" ha sottolineato **Atena Manca, Brand Manager di Hoover**. "La nostra sfida è stata quella di affiancare all'immagine di un marchio affidabile, che da oltre 100 anni propone prodotti performanti per la cura della casa e del benessere delle persone, un linguaggio fresco,*



*dinamico e interattivo. Grazie al contributo sostanziale di Filmmaster Productions crediamo di esserci riusciti”.*

*“L’offerta di Filmmaster Productions mette al centro una profonda sensibilità per la creatività e i linguaggi del digitale insieme a strumenti di produzione innovativi, per questo si adatta perfettamente al **marketing creativo**, come nel caso di Hoover. Siamo in grado di mettere in campo un network organico di creativi, registi, copywriter, technologist, adv specialist per creare velocemente team di lavoro e assetti sempre nuovi e su misura per ogni specifico progetto.”* ha dichiarato **Alessandro De Angelis, Head of Original Content Filmmaster.**

## **VIDEO EXAMPLE DELLA CAMPAGNA**

H-FREE 500 HYDRO video consideration:

<https://www.youtube.com/watch?v=0ZOJvGB5ZVA>

H-WASH 500 video consideration

<https://www.youtube.com/watch?v=A6B41vdmRMg>

## **FAKE TUTORIAL EXAMPLE DELLA CAMPAGNA**

H-WASH 500 fake tutorial 1

<https://www.youtube.com/watch?v=iEk6vBvUPHo>

H-WASH 500 fake tutorial 2

<https://www.youtube.com/watch?v=SS3-f-QhOLQ>

H-DRY 500 fake tutorial 1

<https://www.youtube.com/watch?v=zoxIm2Ag2QE>

H-FREE 500 HYDRO fake tutorial 1

<https://www.youtube.com/watch?v=CB4am1DDuQo>

H-FREE 500 HYDRO fake tutorial 2

<https://www.youtube.com/watch?v=zit5Q0OQQF8>



## CREDITS

### **HOOVER:**

Atena Manca – Hoover Brand Manager Europe  
Sara Borrello e Anita Logiaco – Hoover Brand Content Specialists

### **FILMMASTER PRODUCTIONS:**

Alessandro De Angelis – Head of Original Content  
Emilia Elmo - Client Account  
Fabrizio Razza - Executive Producer  
Elena Marabelli – Producer  
Mattia Longhi- Direttore di produzione  
Alice Baragetti – Post producer  
Pierpaolo Mora - Director  
Lorenzo Mora - Crowdsourcing & campaign manager  
Adriano Fruscini – CTO  
Walter Franchetti - IT Leader  
Alessandro Basanisi - Art designer  
Rossella Volpe – Finance & Admin

\*\*\*\*\*

## **HOOVER**

*Hoover, marchio internazionale dal forte carattere innovativo, è da oltre cent'anni trend-setter del mercato, introducendo prodotti ad alte prestazioni per la cura della casa e del benessere delle persone. Offre una gamma completa di piccoli e grandi elettrodomestici free-standing e da incasso di alta gamma. Hoover è alla frontiera dell'innovazione anche per i valori ecologici: tutti i prodotti sono nelle classi di eccellenza per il risparmio energetico e il silenzio. Hoover è uno dei leader del mercato internazionale nella cura dei pavimenti.*

[http://www.hoover.it/it\\_IT](http://www.hoover.it/it_IT)

## **FILMMASTER PRODUCTIONS**

*Filmmaster Productions è una casa di produzione di spot pubblicitari, con un track record di oltre 4mila commercial realizzati e collaborazioni attive con i migliori registi italiani e internazionali. Dall'ottobre 2019, la società ha integrato al suo interno il network di oltre 120.000 filmmaker da 140 Paesi nel mondo - catalogati per area geografica, seniority, attitudine creativa, stile di regia, e capacità tecniche – che possono essere coinvolti lavorando efficacemente a distanza in differenti modalità per realizzare video di qualità, autentici e improntati alla diversity. Grazie a questa integrazione tra esperienza e competenze digitali, Filmmaster Productions è in grado di proporre soluzioni di comunicazione ancora più strutturate, qualificate e innovative, mantenendo l'efficienza nella produzione, insieme alla ricchezza delle idee e degli insight che arrivano dalla community di filmmaker nel mondo.*

*Per maggiori informazioni:*

Ad Hoc Communication [www.ahca.it](http://www.ahca.it) - 02/7606741

Pietro Cavalletti (Mob. +39 335 1415577; [pietro.cavalletti@ahca.it](mailto:pietro.cavalletti@ahca.it)) Alessandro Michielli (Mob. +39 349 9295790; [alessandro.michielli@ahca.it](mailto:alessandro.michielli@ahca.it))