

Burger King e l'advisoring alternativo



Se pensiamo al cibo genuino ci vengono in mente prodotti freschi, magari un frutto mangiato sotto l'albero o del latte appena munto.

Quest'idea non è quella che abbiamo del cibo dei fast food, spesso considerato pieno di conservanti, aromi artificiali e coloranti. In questo contesto si inserisce lo spot "the moldy whopper" di Burger King il quale, durante un video, mostra come i panini della nota catena ammuffiscono col passare dei giorni, proprio come farebbe un cibo "vero" e "sano", come farebbe un frutto colto dall'albero e lasciato su di una mensola.

Il video, diventato presto virale, mostra un hamburger su di un piedistallo con uno sfondo nero che fa risaltare il panino

e come, col
passare dei giorni, il cibo si riempia di muffe fino a
diventare irriconoscibile.

Questo spot sarebbe la prova che gli ingredienti utilizzati
per realizzare i
panini sono naturali e sembra un attacco diretto al principale
competitor della
catena, mc Donald, accusato da sempre di usare talmente tanti
conservanti che
il cibo, anche a distanza di mesi, non si rovina.

Riguardo l'immediato successo avuto dalla campagna
pubblicitaria, Fernando Machado, CEO della holding che
controlla Burger King,
ha dichiarato '' *Penso che
funzioni così bene perché è come se stessi mostrando qualcosa
che in teoria
dovrebbe essere negativo, ma lo stai mostrando in un modo
davvero meraviglioso.*

*La realizzazione, la fotografia e il timelapse non sono stati
facili da
realizzare per ottenere i **risultati desiderati** in termini
di **elevati standard di esecuzione**. Quindi il tempo di 34
giorni
è sembrato quello giusto in base a tutti gli esercizi empirici
che abbiamo
fatto per assicurarci che il risultato fosse sbalorditivo''.*