

## VARVAGLIONE1921 SI AFFIDA A JOHANNES PER LO SVILUPPO DI UN GIOCO BRANDIZZATO SUL MONDO DEL VINO



In occasione della celebrazione dei primi dieci anni della linea 12eMezzo, l'azienda vitivinicola pugliese Varvaglione1921 ha deciso di affidare a Johannes l'ideazione di un'attività digitale ingaggiante, nelle settimane prima di Vinitaly 2022 (10-13 aprile), al fine di creare uno storytelling aziendale e di poter offrire agli utenti un codice sconto per l'e-shop. Nasce così "12eMezzo Wine Game", una soluzione gaming, completamente brandizzata, che informa ed "educa" sulla catena di produzione del vino.

Johannes, che è composta da diverse business unit - Onfield, per lo sviluppo di soluzioni tecnologiche per eventi, Online, per quello di servizi digitali customizzabili e tool di ingaggio esperienziali, Star, dedicata alla realtà aumentata e ai social branded effect e Videobites al video content per i social - ha incaricato il team di Playgamez, la unit specializzata nei video/advergame personalizzati, di creare e sviluppare il gioco.

Della durata di circa un mese, il videogame è suddiviso in tre livelli, ognuno dei quali rivolto a una fase diversa della catena di produzione dei vini Varvaglione: dal vigneto alla vendita, o meglio, in questo caso, alla fiera Vinitaly.

Per quanto riguarda i primi due livelli, si può parlare di edutainment gaming: il primo è ambientato in una vigna, dove il player deve guidare un trattore e raccogliere gli elementi essenziali per la produzione, quali l'uva e l'acqua, e schivare altri, che potrebbero invece danneggiare il raccolto, come la neve e i funghi; il secondo si concentra sul processo di imbottigliamento e protagonista è appunto la bottiglia che l'utente deve muovere su di un rullo, prendendo gli oggetti utili al suo completamento (etichette e tappi) ed evitando quelli non inerenti. In entrambi i livelli, c'è un cane-guida, Ercole, la mascotte della cantina, e ogni volta che il player si imbatte in uno degli elementi, funzionali e non, si aprono dei pop-up informativi con una breve spiegazione di ognuno. L'obiettivo è, quindi, che l'utente giocando, intraprenda un viaggio alla scoperta del ciclo di vita del prodotto, che lo conduce dalla raccolta del vino alla produzione della bottiglia. Il terzo e ultimo livello si svolge in una fiera, metaforicamente il Vinitaly, in cui il giocatore deve man mano raccogliere i loghi del brand Varvaglione1921 per raggiungere lo stand dell'azienda.

I diversi livelli vengono lanciati con una cadenza settimanale, l'ultimo uscirà pochi giorni prima del Vinitaly. Al termine di ognuno, gli utenti vengono invitati a giocare a quello successivo (la comunicazione è rafforzata anche da attività sui social network) e possono, inoltre, compilare un form, che appare nella schermata finale, per ricevere un'e-mail con un codice sconto da utilizzare online.

"Il trend del gaming è in continua crescita e si conferma lo strumento perfetto per comunicare con il proprio target, al fine di ingaggiarlo e fidelizzarlo. L'ha capito subito Varvaglione1921 quando ha deciso di affidarsi a noi e di investire nel gaming. Essere stati scelti da un'azienda italiana che ha un secolo di storia alle spalle è per noi motivo di grande soddisfazione, è sempre bello lavorare con brand che mostrano una forte spinta verso il digitale e credono nelle nuove tecnologie", commenta Vittorio Castelli, Chairman & Co-founder di Johannes.

"Per i dieci anni della linea 12eMezzo, la linea di vini che parla ai giovani del mondo, è nato un progetto che vede ancora una volta la nostra azienda, grazie al supporto di Johannes, posizionarsi all'avanguardia e al passo con i tempi interpretando un linguaggio moderno che si avvicina alle nuove generazioni di consumatori", aggiunge Marzia Varvaglione, Direttore Marketing e Business Developer di Varvaglione1921.