

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno X - martedì 5 giugno 2012 n.102

CON BICCHIERI BRANDIZZATI COCA-COLA

McDonald's tifa Uefa 2012

A SUPPORTO BANNER ONLINE, PIANIFICATI DA OMD

Dal 1° al 28 giugno **McDonald's** regala i nuovi bicchieri **Coca-Cola** sponsorizzati Uefa 2012, per celebrare la passione per il calcio e a supporto è on air una campagna multimediale firmata **Tbwa\Italia**. Una buona fetta di italiani nutre grande passione per il calcio e il periodo degli Europei rappresenta un'occasione in più per condividere questo sentimento. McDonald's offre una ulteriore possibilità per celebrare questo momento: i bicchieri Coca-Cola brandizzati Uefa 2012. Per averli in omaggio basta acquistare un McMenu. La campagna (tv, radio, materiali pop e banner online, con pianificazione di **Omd**) enfatizza come la passione per il calcio comporti convivialità, aggregazione e divertimento. Un gruppo di amici in un ristorante McDonald's sta parlando della prossima partita e, come succede spesso nelle abitudini dei nostri connazionali, tutti vestono i panni dell'allenatore, o meglio del commissario tecnico nella fattispecie. I bicchieri diventano i calciatori che servono per mostrare gli schemi di gioco.



CAMPAGNA FIRMATA LEO BURNETT

Fiat anche in internet

FOCUS DELL'ADV SUL COSTO DELLA BENZINA

Se il prezzo della benzina continua a salire, **Fiat** lo riporta indietro alla cifra di 1 euro al litro. Un prezzo che non si vedeva dal 1999. Lo spot che annuncia questa operazione, ideato dal team creativo **Leo Burnett** guidato dagli executive creative director **Riccardo Robiglio** e **Paolo Dematteis**, racconta la salita vertiginosa dei prezzi e l'azione rivoluzionaria di Fiat con una metafora semplice, ma di forte impatto visivo: una serie di camion cisterna sale su per un ripido pendio, ininterrottamente, dal 1999 fino a oggi finché non intervengono le auto della gamma Fiat a riportare le cisterne di carburante, e il prezzo, di nuovo verso valle. Un'immagine diretta, immediata, com'è immediato il vantaggio per le persone: chi acquista un'auto della casa automobilistica infatti potrà avere la benzina a 1 euro al litro per i prossimi tre anni. La campagna, ideata sotto la direzione creativa di **Marco Gucciardi** e **Alessandro Antonini**, è declinata su tutti i mezzi: stampa, radio, televisione e web, con media planning a cura di **Maxus**.



Ricerca, Innovazione, Performance.

La ricetta che offriamo ai nostri Clienti

Da più di 10 anni **BBJ Media Agency** indaga l'universo dei nuovi media. Un team multidisciplinare impegnato ogni giorno in un confronto serrato con la rete e con l'evoluzione dei modelli di marketing e comunicazione digitale. Competenza tecnologica, continuità di visione, integrazione con gli obiettivi di business, assieme per trasformare sempre l'idea creativa in risultati concreti.

Guarda i nostri progetti su www.bbj.it

Milano Via Alamanni 16/2 | info@bbj.it