

CREATIVITÀ E MARKETING

DAL 7 OTTOBRE ON AIR LA CAMPAGNA WORLDWIDE DI PRODOTTO FIRMATA DA PUBLICIS ITALIA

## Renault lancia la nuova Clio con 'The Waiting' un serial d'autore per il web

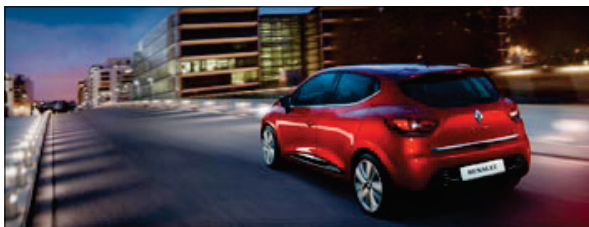
UN TEASER E SEI PUNTATE DI 3' SUL WEB, AL CINEMA E SUL DTT CON ARGENTERO, CASTIGLIONI E TORRIANI

E' previsto per ottobre il lancio della nuova **Renault Clio**, come anticipato da *Today Pubblicità Italia* lo scorso 22 marzo. Ieri l'azienda ha presentato il piano di marketing dedicato alla quarta generazione dell'auto che ha venduto negli ultimi 22 anni 11,5 milioni di unità in oltre 100 Paesi. Il look contemporaneo, così come vuole il nuovo corso del design della casa automobilistica francese guidato dal designer olandese **Laurens Van Den Acken**, le caratteristiche tecnologiche uniche, come il tablet di bordo R-Link che connette il veicolo alla rete, e le alte prestazioni in termini di resa su strada segnano il passaggio da un universo più 'materno' prettamente

femminile, che in passato ha contraddistinto il marchio, a uno più edonistico e maschile. "Il target di riferimento è infatti riconducibile a un uomo tra i 25 e i 44 anni con reddito medio-alto che ha successo nel lavoro, al passo con la tecnologia, socievole, curioso, che vuole una macchina di personalità", ha introdotto **Francesco Fontana Giusti**, direttore comunicazione e immagine di Renault. La strategia di marketing del Waiting Project si basa sulla multiplatforma **Waiting4Clio** ([www.waiting4clio.it](http://www.waiting4clio.it)) che vivrà il suo clou con la partenza di *The Waiting*, il serial nato per il web realizzato dall'azienda con l'agenzia **AmmiroY2K**. "Puntiamo sulla

creazione di una community numerosa, l'obiettivo è quello di raggiungere 3 milioni di persone - ha spiegato il direttore marketing di Renault Italia **Luciano Ciabatti** -. Vogliamo riproporre l'automobile non solo come oggetto utile, ma anche emozionale e simbolico". Diretta dal regista bolognese **Igor Borghi** e prodotta da **Mercurio Cinematografica** (executive producer **Luca Fanfani**) la web serie debutterà con la prima puntata teaser il 19 luglio per tornare poi sugli schermi dopo l'estate (3, 10, 17, 24 settembre e 1 ottobre): sarà trasmesso sul web, al cinema e sul digitale terrestre, accompagnando il pubblico alla scoperta di nuova Renault Clio, disponibile nei concessionari italiani da metà ottobre. L'intento è proprio quello di creare una sorta di mistero durante l'attesa. Sei puntate di 3 minuti, con un cast di richiamo composto da **Luca Argentero**, **Silvio Castiglioni** e **Alice Torriani**. A supporto della serie una cam-

pagna adv che a settembre sarà veicolata su web e tv e forse su stampa e radio, ma la pianificazione definitiva è in via di definizione, così come il calendario di eventi sul territorio. Il 7 ottobre debutterà invece la comunicazione di prodotto con la campagna integrata worldwide affidata a **Publicis Italia** e pianificata da **Omd**. "Sono stato testimonial pubblicitario di alcuni brand, ma questa volta lo faccio attraverso il mio mestiere - ha commentato Argentero - e ringrazio Renault per la sua scelta di fare un'incursione nel mondo cinematografico per lanciare un prodotto". Secondo l'attrice Torriani, "l'auto è adatta anche alla donna dinamica", mentre per Castiglioni "il web consente di andare oltre il 30" classico, diventa un nuovo format e apre un nuovo spazio di narrazione". La nuova Clio sarà presentata al prossimo Salone dell'auto di Parigi. Italia e Francia sono i Paesi in cui inizierà la commercializzazione dell'auto. (V.Z.)



## Fondazione

Vent'anni insieme al non profit.  
Diamo credito ai progetti migliori,  
eppure non siamo una banca.

[www.fondazionecariplo.it](http://www.fondazionecariplo.it)



fondazione  
cariplo  
DIAMO UN FUTURO ALLE IDEE