

Eventi

# La comunicazione per il lancio di Nuova Sandero Dacia sceglie il progetto A Budget Life

In occasione del lancio di Nuova Sandero e Nuova Sandero Stepway e del week-end porte aperte del 19-20 gennaio, il brand Dacia ha pensato, in collaborazione con Publicis, a un piano di comunicazione a 360° che prevede, oltre alla campagna pubblicitaria sviluppata per tv e web, il progetto «A Budget Life». On air in esclusiva sul media partner Real Time, il contest «A Budget Life: sposati, ve-



stiti e riarreda la tua casa con 7.900 euro» coinvolge i testimonial Enzo Miccio

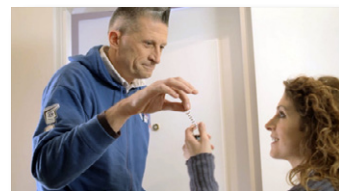
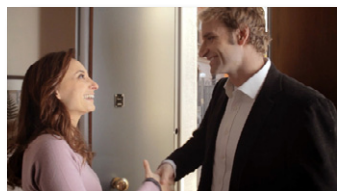
e Carla Gozzi, rispettivamente wedding designer e fashion designer, insieme

all'architetto Paola Marel-la. I partecipanti selezionati potranno realizzare i propri desideri con un budget 7.900 euro, ovvero il prezzo di una Nuova Dacia Sandero. Pianificata da Omd, la campagna di comunicazione è sulle reti generaliste (Rai, Mediaset, La7), sulla tv satellitare e sul digitale terrestre, mentre il progetto A Budget Life è ospitato sulla piattaforma web [www.daciabudgetlife.com](http://www.daciabudgetlife.com).

Campagne - Creatività

# Per il terzo anno vanGoGh con eBay Annunci in tv

E' on air dal 13 gennaio sulle principali emittenti nazionali la nuova campagna di eBay Annunci, il sito dedicato alle inserzioni gratuite locali, articolata in quattro spot da 15" che sottolineano una delle caratteristiche principali del servizio, il concludere facilmente la trattativa incontrando l'acquirente di persona. Ed è proprio su questa peculiarità che ruota la creatività firmata dal team vanGoGh, rappresentato dal diretto-



re creativo Giorgio Guzzi, dagli art Monica Baraldi e Antonio Rolli e dal copy Sara Lometti. Negli spot i protagonisti sono personaggi scelti in funzione di specifiche caratteristiche fisiche o caratteriali. Come la napoletana Marisa Laurito che vende una macchina per caffè americano, il



campione di nuoto Massimiliano Rosolino che trova casa vicino alla piscina, l'al-

tissimo pallavolista Andrea Lucchetta che vende la sua mini car. Manca un quarto testimonial che sta cercando chi lo aiuta a migliorare la conoscenza dell'inglese. Ma per scoprirlo bisognerà però attendere ancora qualche giorno. La regia è di Federico Cambria e la casa di produzione è BlowUp Film.

**Luxury Adnews.** Un occhio attento sull'adv del settore lusso. Tutte le campagne dei brand più prestigiosi in un database specializzato e sempre aggiornato. Scopri Luxury Adnews, il nuovo servizio in esclusiva su [sponsorshop.it](http://sponsorshop.it)