

## CREATIVITÀ E MARKETING

OPERAZIONE INTEGRATA PER GLI PNEUMATICI INVERNALI

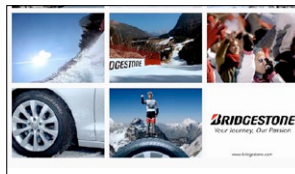
### Bridgestone lancia Blizzak. Firma Jwt

La crescita esponenziale della domanda europea degli pneumatici invernali registrata a partire dal 2008 ha offerto a **Bridgestone** nuovi stimoli per investire nello sviluppo di questi prodotti tanto più che la sensibilità degli automobilisti europei sui benefici delle gomme invernali in termini di sicurezza è in forte crescita. Per questo l'azienda ha scelto il mese di ottobre per lanciare la nuova campagna pubblicitaria multimediale per valorizzare l'accordo di sponsorizzazione della Coppa del Mondo di Sci Alpino Audi FIS in Europa e per supportare la gamma di pneumatici invernali **Bridgestone Blizzak**. La campagna multimediale integrata pre-

vede un forte impegno su tv, carta stampata e online in Italia, Francia, Germania, Polonia e Svezia, e punta a dimostrare come i pneumatici Bridgestone siano in grado di mantenere 'l'inverno sotto controllo'. La comunicazione è stata realizzata su misura per il web e per la carta stampata grazie all'utilizzo di visual di grande impatto ed è accompagnata anche da una serie commerciale. I film hanno un'esecuzione originale che si lega agli eventi sciistici sponsorizzati dal marchio. Con la tecnica della telecamera soggettiva, il telespettatore avrà la sensazione di lanciarsi come uno sciatore in uno slalom, accompagnato da un sottofondo audio del motore di un'auto

in accelerazione. Durante la discesa invece delle classiche porte troverà dei cartelli stradali... prima uno, poi un altro e un altro ancora; e giungendo a tutta velocità in direzione del traguardo, vedrà un semaforo in mezzo alla neve che diventa rosso. Al posto di uno sciatore viene inquadrata la frenata decisa di un'auto che si arresta di fronte al semaforo. E tra gli applausi della folla, il telespettatore scopre che lo 'sciatore' in realtà è il pilota dell'auto

che ha appena completato il percorso di gara. Il lavoro creativo e il lancio della campagna integrata di Bridgestone sono stati realizzati dall'agenzia **Jwt International**, parte del **Gruppo Wpp**. Agenzia media che ha curato la pianificazione è invece **Phd**.



OPERAZIONE DI PRODUCT PLACEMENT

### Doblò Cargo di Fiat scritturato per Il comandante e la cicogna di Silvio Soldini

Da ieri è on air nelle sale cinematografiche italiane *Il comandante e la cicogna*, il nuovo film di **Silvio Soldini** prodotto



da **Lionello Cerri - Lumière & Co.** e distribuito da **Warner Bros. Pictures**. Ambientato nella città di Torino, la commedia vede la partecipazione di un **Fiat Doblò Cargo**, il veicolo commerciale di **Fiat Professional** progettato per essere al top della categoria per prestazioni e caratteristiche funzionali, capacità di carico e produttività, bassi consumi e ridotti costi di

gestione. L'operazione di product placement mette in risalto le qualità di Doblò Cargo, la risposta ideale per i professionisti che fanno dei propri veicoli uno strumento di lavoro quotidiano. Proprio come l'idraulico Leo, interpretato da Valerio Mastandrea, che ogni giorno affronta l'impresa di crescere due figli adolescenti, Elia e Maddalena, dividendosi tra il lavoro con l'aiutante ci-

nese Fiorenzo e le incombenze di casa dove la moglie Teresa (Claudia Gerini) stravagante e affettuosa, compare e scompare. La vita di Leo s'intreccerà con quella di Diana, interpretata da Alba Rohrwacher, un'artista sognatrice e squattrinata che è in attesa della grande occasione della sua vita e fatica a pagare l'affitto ([http://www.televisionet.tv/channel/it/entertainment\\_it](http://www.televisionet.tv/channel/it/entertainment_it)).

L'AGENZIA DA GENNAIO È PARTNER DEL BRAND PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE IN ITALIA E NEL MONDO

### EBERHARD & CO. LANCIA IL WATCH FORUM CHALLENGE, FIRMA THECREAM

**Eberhard & Co.**, la storica maison svizzera, lancia una sfida per i creativi dell'orologeria: un concorso speciale rivolto ai membri iscritti ai forum internazionali più prestigiosi del mondo che vengono invitati a personalizzare e

interpretare il Champion V, uno dei modelli icona dell'azienda. Il **Champion V Watch Forum Challenge** si concluderà il 30 novembre e il vincitore sarà annunciato in occasione del prossimo Salone Internazionale Baselworld 2013,

dove verrà anche allestita una galleria dedicata ai migliori lavori. La comunicazione dell'iniziativa, il video di presentazione e minisito sono stati realizzati da **The-Cream**, che da gennaio collabora con Eberhard & Co. per tutte le

attività di comunicazione in Italia e nel mondo. Sotto la direzione creativa di **Giorgio Bramante** hanno lavorato Valentina Cassano, art director, e Roberto Bruno, web designer, coordinati da **Elisa Carmagnola**, account executive.