

Départ / Departure						
Flight Destination	Airline Flight number	Destination Frequency	Time Gate	Arrival Time	Passenger Remarks	
13140	EN 8497	EuroNews	A1	15:42	Boarding	
12:00	CI 3548	CNN International	B2	14:42	go to gate	
12:15	SN 778	Sky News	E3	14:42	go to gate	
12:20	BW 275	BBC World News	B4	12:42	go to gate	
12:35	CN 8309	CNBC	F5	6:32	go to gate	
12:40	BB 8453	Bloomberg TV	C6	4:42	go to gate	
12:50	FR 8743	France 24	A7	3:32	go to gate	
13:10	AE 3295	Aljazeera English	G8	1:42	go to gate	

**prenota la migliore destinazione per raggiungere i decision makers**  
[www.mediaandtrade.com](http://www.mediaandtrade.com)

## Adv Porsche Italia affida "Il tuo sogno è possibile" a Oliviero Toscani Studio; il copy è di Oscar Giannino

Con gli annunci on air fino a fine mese, l'azienda ricorda che proporre l'acquisto di auto di prestigio oggi vuol dire anche dare una spinta all'economia, contribuire allo sviluppo e, nello stesso tempo, ritornare a sognare



Oliviero Toscani



Oscar Giannino

di Vittorio Parazzoli

**P**orsche Italia ha lanciato da ieri una campagna insolita, seria e divertente al tempo stesso. Il tema è il sogno, più precisamente quello che si può realizzare acquistando appunto una Porsche. La creatività, il cui concept è stato affidato a Oliviero Toscani Studio, ha un copy d'eccezione: il giornalista specialista in economia nonché autore del manifesto del Partito Liberista e fondatore di "Fermare il declino" Oscar Giannino. Il visual è colorato, il te-

sto circonda con il suo significato provocatorio la classica silhouette della Porsche 911. Lo script concentra tutto il senso dell'iniziativa: "Il tuo sogno è possibile, non ucciderlo, è la cosa più importante per te. Non farti frenare dalle tasse sul lusso. Se ti fermano per un controllo, lasciali fare. Se sei in regola, andranno a controllare quelli che non lo sono. Se la tua fantasia sono io, non reprimerla. La vita deve essere vissuta con passione, altrimenti cosa ci rimane? Il 50% di quello che spendi per me va allo Stato che dovrebbe stimolare a posse-

dermi ed esserti riconoscente perchè, comprandomi, contribuisce con coraggio allo sviluppo di cui tutti parlano. Sono un'emozione razionale, sono essenziale, tecnologica e moderna; con me hai vissuto i safari africani, le 24 ore di Le Mans e le tue serate a teatro. Il mio design è senza tempo e già futuro, sono amata perchè vivo la realtà senza l'eccentricità della moda. Non sono veloce...se si rispettano i limiti. A questa Italia ferma servono i cavalli che io ho e che devi avere anche tu. I sogni non sono un lusso. Il tuo sogno è possibile!". «Nell'attuale momento di recessione i sogni non devono essere frenati - dice Toscani, che è stato scelto in forma diretta per questa operazione e che è personalmente uno storico "porschista" -: non possiamo intristirci. Noi italiani eravamo conosciuti per essere vitali, simpatici, perfino un po' spacconi, tutti "Marcello Mastroianni" che facevano innamorare e abituati a lanciare il cuore oltre l'ostacolo. Ho risposto volentieri all'invito di Porsche perchè è un'azienda che crea auto meravigliose e proporre di acquistarle oggi vuol dire dare una spinta all'economia, contribuire allo sviluppo e, nello stesso tempo,

ritornare a sognare. Non male in questa Italia incupita dalla crisi. "Con questa campagna intendiamo attirare l'attenzione su un prodotto di eccellenza - dice Pietro Innocenti, d.g. di Porsche Italia - concentrato di tecnologia e design capace di scatenare emozioni uniche. Porsche è attenta ai valori del contesto in cui opera; siamo consapevoli del periodo economicamente sfavorevole che stiamo vivendo, ma proprio per questo crediamo che continuare ad emozionarsi possa ridare grinta all'economia". La campagna presenta l'auto sportiva come "un'emozione razionale" e invita i sognatori a non frenare i loro desideri, a non farsi impaurire dalle tasse sul lusso, a non farsi paralizzare dai controlli su strada. **La campagna è pianificata da PHD sui principali quotidiani con integrazioni web fino a fine mese e sarà presentata giovedì a Milano in un talk show cui parteciperanno Toscani e Giannino.** Moderatore sarà Carlo Cavicchi, direttore di Quattroruote. L'incarico per Toscani Studio è relativo a questa particolare iniziativa, l'agenzia di riferimento del brand resta White, Red & Green.

**OlfattoMatto**

*"OlfattoMatto.it, il nuovo punto di riferimento per il beauty e i profumi"*

vai su [www.olfattomatto.it](http://www.olfattomatto.it)