

GLOBAL

TV, STAMPA, WEB, PV

Il meglio della storia di Sony nella nuova campagna dello smartphone Xperia Z. Il budget è di 12 milioni

La creatività è di TAGWorldwide con regia di Tarsem Singh. In Italia la pianificazione è a cura di PHD

Sony Mobile lancia la più "ambiziosa" campagna di marketing sviluppata ad oggi per gli smartphone Xperia con un investimento significativo a livello globale.

Il piano di comunicazione, che sarà implementato in oltre 20 mercati nel mondo in tv, carta stampata, digital e retail a partire dal mese di marzo, mette in evidenza il meglio dell'innovazione di Sony contenuta nel nuovo smartphone top di gamma Xperia Z. Con la regia di Tarsem Singh, la campagna immerge gli utenti in un viaggio di colori per far vivere loro l'esperienza vivace ed emozionante del festival Holi in India, mostrando alcuni dei prodotti storici dell'azienda.

La campagna è già in pianificazione in Italia con una fase di pre-lancio sul web sui siti leader del settore e su Facebook attraverso display advertising e attività di content seeding. Il piano di comunicazione vero e proprio partirà a marzo. La prima parte sarà incentrata sul video veicolato su siti news e di settore, la seconda parte proseguirà con una pianificazione display fino a metà aprile su siti, app e m-site tecnologici attraverso formati rich media. Il budget è di 12 milioni di cui il 6% al digital.



Credits:

Creatività: TAGWorldwide (online e offline)
Regia: Tarsem Singh
Pianificazione in Italia: PHD
Budget in Italia: 12 milioni (6% al digital)
Mezzi: Tv, stampa, web, Facebook, retail

ITALIA

FILM

Calamari rende omaggio a Wim Wenders per Fondo Famiglia&Lavoro

Si intitola "Il Cielo sopra Milano" il nuovo spot per il Fondo Famiglia&Lavoro che il regista Giovanni Calamari ha diretto rendendo omaggio al noto film di Wim Wenders prima maniera, come se Milano fosse Berlino e il suo cielo altrettanto carico di storie e pensieri, problemi e bisogni. Sulle terrazze del Duomo si aggira un angelo che ascolta le voci della città e i bisogni delle persone. Entra nelle case di chi ha perso il lavoro e di chi vive una crisi familiare per ascoltare e aiutare. L'angelo è la metafora del Fondo Famiglia Lavoro il cui scopo è quello di raccogliere fondi per la campagna "Ripartire si può", creata nel 2008 dal Cardinale Dionigi Tettamanzi e rilanciata dal suo successore, l'arcivescovo Angelo Scola. La produzione è di Hannesfilm.

