

## CREATIVITÀ E MARKETING

ISPIRATA AL FILM SKYFALL CON DANIEL CRAIG. PIANIFICAZIONE AFFIDATA A OMD

### Sony porta on air dal 31 ottobre la 'James Bond Campaign'

Mentre l'elettrodomestico di consumo scalda i motori per affrontare il periodo più caldo dell'anno, 'casa' Sony alza il sipario su una strategia di comunicazione a 360 gradi: dal 31 ottobre fino a Natale sarà on air anche in Italia la James Bond Campaign, operazione dal taglio internazionale che, come suggerisce il titolo, cavalcherà il successo intramontabile dell'agente 007, alla sua ventitreesima avventura cinematografica. Daniel Craig, protagonista del film *Skyfall* in uscita proprio a fine ottobre, avrà al suo fianco lo smartphone **Sony Xperia T**. La pianificazione, che copre tv, cinema, stampa, affissione, web e punto

vendita, è affidata a **Omd**. A margine dell'evento svoltosi ieri a Milano presso il Palazzo del Ghiaccio è voluto per riaffermare l'approccio One-Sony su tutte le divisioni di business, **Michelangelo Amoruso**, direttore marketing Sony Italia, ha illustrato il tema della campagna mondiale: "Abbiamo scelto di puntare sulla convergenza di prodotti, comunicare in maniera concreta l'entertainment e racchiudere in un'unica esperienza categorie diverse, spaziando dal televisore Sony hx 85 agli smartphone Xperia e al Vaio Ultrabook. Stiamo preparando il terreno per essere più aggressivi nel 2013. Intanto, nel 2012, la percentuale

del budget in comunicazione sul fatturato del Gruppo è cresciuto del 30%". Novità in corso anche per quel che riguarda Sony PlayStation: dal 14 novembre debutterà Wonderbook, la nuova periferica in esclusiva per PlayStation3 che rivisita la lettura della saga di Harry Potter. "L'obiettivo è allargare il mercato puntando al target kid. Altissime le aspettative, contiamo di superare i 100 mila pezzi - spiega **Andrea Cuneo**, direttore marketing Sony Computer Entertainment Italia -. Pparallelamente torniamo a scommettere su PSVita, presente sul mercato dal 2011". A supporto dei prodotti, due campagne tv firmate da **Red**



MICHELANGELO AMORUSO

**Cell** e pianificate da Omd, che prenderanno il via da metà ottobre per proseguire fino a Natale. In questi giorni decideremo se i tagli saranno da 20" o 30 secondi". Accando a un attività di Prevista anche il presidio sull'online. "Sempre per avvicinarci al target family, abbiamo deciso di sponsorizzare un blog di tre mamme [www.dicelamamma.it](http://www.dicelamamma.it), in cui le autrici del blog recensiscono i giochi propri per superare i preconcetti delle mamme sui contenuti". (P.M.)

SEMPRE REALI.  
SEMPRE ATTUALI.

Rights Managed o Royalty-Free. Scopri Immagini eccezionali per raccontare i tuoi progetti. Visualizza le tue Idee creative con Corbis.

corbis<sup>®</sup>IMAGES