



Adv Levi's lancia la nuova campagna globale firmata Wieden + Kennedy. La pianificazione è a cura di OMD

Si chiama "This is a pair of Levi's" la nuova campagna globale del noto marchio di jeans Levi's, la cui anteprima italiana sarà proiettata venerdì presso la Peggy Guggenheim Collection di Venezia. Diretto dal regista Lance Acord, per la casa di produzione Park Pictures, lo spot di 60 secondi, dedicato alla nuova collezione Autunno/Inverno 2012, vede protagonisti alcuni giovani pronti ad affrontare il mondo dopo aver indossato il loro paio di Levi's, ripetendo "Sarai grande" come una sorta di mantra. Una scelta creativa guidata dalle numerose ricerche che suggeriscono come oggi i giovani siano convinti che spetti a loro fare la differenza nel mondo. Ecco dunque che al centro dello spot compaiono musicisti, insegnanti, tirocinanti - persone con uno scopo ben preciso nella vita. "Lavoriamo duramente non solo nel disegnare le collezioni, ma soprattutto nel realizzare abiti che ispirino milioni di persone a perseguire le loro passioni, qualunque esse siano, guidati dall'intuizione che, se si indossano un paio di Levi's, tutto è possibile", ha detto Mary Alderete, global vice president del

La proiezione dell'anteprima italiana dello spot "This is a pair of Levi's" è in programma per venerdì presso la Peggy Guggenheim Collection di Venezia



Un frame dello spot

brand marketing di Levi's. A firmare la creatività è l'agenzia Wieden + Kennedy Portland - creative directors Tyler Whisnand/ Eric Baldwin/Don Shelford, copy-

writer Erin Swanson, art director Jimm Lasser e Monica Nelson -, mentre la pianificazione è a cura di OMD. "This is a pair of Levi's" è solo l'ultimo capitolo della piat-

taforma creativa "Go Forth", lanciata dal brand in Nord America nel 2009 e poi dal 2011 nel resto del mondo. "Go Forth" continua a essere una solida piattaforma che incarna lo spirito pionieristico e i valori intrinseci del marchio", ha detto Len Peltier, vice presidente globale della creatività per il marchio Levi's. "Dal punto di vista creativo, volevamo rendere il prodotto più centrale e cambiare ciò che le persone pensano di conoscere del marchio con storie inaspettate. Ogni storia è una dichiarazione di fiducia: "This is a pair of Levi's". I dettagli della pianificazione della nuova campagna nel nostro Paese verranno svelati nel dettaglio venerdì: certa - secondo quanto ci anticipa l'azienda - è una forte presenza di internet e piattaforme social network.

Concorsi Con Bonduelle vinci 100 collier e una Fiat 500 Cabrio TwinAir

Bonduelle lancia una nuova promozione che fino al 28 novembre 2012 permetterà ogni giorno di vincere subito un prezioso collier in oro bianco con perla e diamante della collezione Nuove Gioie e di partecipare all'estrazione finale di una FIAT 500 Cabrio TwinAir. Coinvolte nell'iniziativa ben 12 referenze delle linee M'ama non m'ama, Le Julienne e Agita&Gusta: un'ampia gamma di prodotti tra cui scegliere. Dopo l'acquisto, il consumatore dovrà registrarsi su www.bonduelle.it e inserire i dati richiesti per scoprire subito se ha vinto il prezioso collier in palio. Potrà inoltre partecipare all'estrazione del superpremio finale, una fantastica FIAT 500 Cabrio TwinAir, conservando il numero di lotto indicato sulle confezioni di M'ama non m'ama e Le Julienne o il codice alfanumerico presente sul coupon all'interno di Agita&Gusta e lo scontrino fiscale. La promozione sarà comunicata sulle confezioni dei prodotti.

