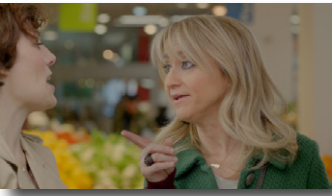


IL PRIMO QUOTIDIANO DELLA COMUNICAZIONE  
FONDATO DA GIANNI MUCCINI

www.pubblico-online.it

**ABBONATI**

## Luciana fa la spesa con i clienti Coop nella campagna Y&R



Luciana Littizzetto torna a far sorridere gli italiani con due nuovi soggetti tv, on air dal 10 febbraio nei formati 30" e 15". Gli spot sono realizzati dalla casa di produzione Itc Tools con la regia di Paolo Genovese, mentre **la pianificazione è a cura di Phd.**

**pag. 3**

## Più spazio con Armando Testa e Domopak Living

Domopak presenta i prodotti per la sistemazione armadio con due soggetti stampa, "Balena" e "Mostro", che esprimono con garbata ironia una forte copy promise: con Domopak Living aumenti lo spazio in casa tua. **pag. 5**



## A marzo parte Planter's con Maria Grazia Cucinotta

Planter's ha presentato l'ampliamento della gamma Penta5. Il marchio investe tra il 13% e il 15% del fatturato in comunicazione. La campagna stampa sarà pianificata principalmente su riviste femminili fino a giugno. **pag. 9**

## Oggi all'interno di Pubblico Today

l'espressione del **Lusso**

## MediaCom Ww lancia la divisione Response

MediaCom Worldwide dà un nuovo nome alla propria divisione MediaCom Direct: "MediaCom Response" è da oggi una tra le più grandi divisioni specializzate nel coinvolgimento diretto del consumatore. «Il percorso d'acquisto del consumatore è diventato incredibilmente complesso e quasi tutte le comunicazioni ora riportano un Url, un Qr code o altri meccanismi di risposta» ha commentato David Kyffin, global chief Roi & direct marketing officer di MediaCom. MediaCom Response è già attiva in Italia sotto la guida di Barbara Robecchi (general manager MediaCom Italia) e Luca Marconato (head of response) e da sempre si occupa delle campagne di response per numerosi clienti. MediaCom ha già divisioni Response in Europa, Stati Uniti, Singapore, Cina, India, Australia e Canada.

Visita il sito e diventa protagonista  
[www.pubblico-online.it](http://www.pubblico-online.it)

Campagne - Creatività

# Luciana fa la spesa con i clienti Coop nella nuova campagna firmata Y&R

Luciana Littizzetto torna a far sorridere gli italiani con due nuovi soggetti tv dedicati ai prodotti a marchio Coop, on air a partire dal 10 febbraio. La nuova campagna, ideata da Young&Rubicam, ruota attorno al tema della qualità e della convenienza, da sempre alla base dell'impegno di Coop a tutela dei propri consumatori. La programmazione prevede due soggetti nei formati 30" e 15" nei quali Luciana con la sua verve travolgente aiuta i clienti Coop a fare la spesa. I protagonisti accettano così divertiti i suggerimenti di Lu-



ciana che li invita a provare i prodotti a marchio a Coop perché sono buoni, di qualità, sicuri e convenienti. Tra una battuta e l'altra, la testimonial non si fa mancare l'occasione per qualche rimprovero

scherzoso che strappa un sorriso sia ai clienti che al pubblico a casa. Nel primo soggetto Luciana fa la spesa con Giulia, una giovane donna con la quale si crea fin da subito una forte complicità, nel secondo

soggetto Luciana è invece alle prese con la famiglia Esposito: mamma e figlio si dimostrano subito molto preparati sul tema qualità e convenienza dei prodotti a marchio Coop, mentre il marito Giuseppe un po' distratto viene scherzosamente redarguito da Luciana. La campagna, con la direzione creativa esecutiva di Vicky Gitto, è stata ideata da Giovanbattista Oneto e Davide BregHELLI, rispettivamente copy e art, con la regia di Paolo Genovese per la casa di produzione ITC Tools. Pianificazione media a cura di Phd.

contact@signup-rh.com

**LVMH**  
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

## THE COMPANY

World leader in the luxury industry, LVMH possesses a unique portfolio of over 60 prestigious brands. The group operates in five industries: Wines & Spirits, Fashion & Leather Goods, Perfumes & Cosmetics, Watches & Jewelry and Selective Retailing.

Renowned for the importance it attaches to the Communication and known for its media expertise, the LVMH Group wishes to recruit its future International Media Coordinator.

## THE POSITION

Located at the headquarters of LVMH (Paris, 8<sup>th</sup>), the International Media Coordinator will report to the Deputy International Media Director of the group. He/she will have to :

- Analyze the market data issued by media agencies and local teams.
- Develop a recognized plurimedia expertise and be an operational interface as regards media buying between Group Media Direction and local media teams.
- Develop and monitor relevant buying KPI's to strengthen the media expertise of local teams and challenge
- Be a source of proposals to optimize the media buying strategy.

## THE PROFILE

6/10 years of experience, at a media agency or advertiser.

Acute knowledge of plurimedia buying and master the different levers.

International dimension and multicultural sensitivity.

Proactive, available, maturity and able to evolve in a demanding Corporate environment.