

07 ottobre 2013

**OMD si aggiudica l'incarico per il rilancio dei cinque storici megastore targati Fnac**

Categoria: Comunicazione e Produzione



A seguito della recente riapertura dei cinque storici megastore di Napoli, Verona, Genova, Torino e Milano, il brand Fnac torna in comunicazione con l'obiettivo di un riposizionamento ed il rilancio dei suoi punti vendita cittadini.

La centrale OMD, sigla del gruppo Omnicom Media Group, annuncia l'ingresso nel suo portfolio clienti di Fnac Italia, la nota azienda di prodotti di elettronica oggi in gestione al Gruppo Dps (titolare del marchio Trony), leader nel settore della distribuzione e vendita di elettrodomestici ed elettronica di consumo.

Il piano media, on air dal 7 ottobre, prevede un media mix integrato off e online: affissioni, stampa quotidiana, web e attività di below the line a supporto.

La creatività è firmata dallo Studio Enrico Bonomini. La campagna è una multisoggetto che mette in scena una galleria di persone diverse: donne e uomini - ideali clienti Fnac - mossi da interessi differenti, ma accomunati dalla stessa passione per la tecnologia, la musica, la letteratura. Ognuno dei testimoni esprime il proprio punto di vista, formula affermazioni in cui si mescolano valori di fondo, propensione per questa o quella opzione tecnologica, con tono complessivamente sorridente e autoironico. È un nuovo "Credo". Che Fnac dichiara di condividere, attraverso il nuovo claim: "La tua stessa fede".

« ["Le vecchie pantofole ti... Agrifood: l'italianità e la..."](#)  
[<- Indietro a: News](#)