



Peugeot e Phd alzano il sipario sul nuovo crossover di taglia urbana.

Milano, 27 maggio 2013 - Peugeot aggiunge uno zero per essere più performante e replicare i successi dell'antenata: stiamo parlando di Peugeot 2008, la nuova protagonista sul mercato dei SUV e dei crossover compatti, che debutta a giugno andando ad ampliare ed arricchire il segmento B sul mercato italiano.

Peugeot 2008 fonde il concetto innovativo della nuova esperienza di guida della 208 con la personalità del crossover 3008, creando una vettura unica per design, tecnologia ed affidabilità.

Già esposta al Salone di Ginevra dove ha raccolto molti consensi, il nuovo City Crossover della casa automobilistica francese si caratterizza per versatilità di utilizzo, agilità e un livello di comfort pensato per un pubblico attivo e dinamico.

Alla conquista dei mercati automobilistici di Europa, Asia e America Latina, la comunicazione di Peugeot 2008 si inserisce tra il successo del lancio di Peugeot 208 e quello della nuova e rivoluzionaria 3008.

Il planning, a cura di Phd, ha previsto 3 fasi di comunicazione distinte: una presentazione web in anteprima cui ha fatto seguito il pre-lancio con una comunicazione su stampa, affissione, radio e Tv ed infine, dal 2 giugno, il lancio vero e proprio della Peugeot 2008 al grande pubblico.

Nel dettaglio, la fase online di "coming soon" ha previsto la pianificazione di banner dedicati su siti di auto, search e mobile, oltre all'apertura di un mini sito creato ad hoc. A seguire, dal 20 maggio, due settimane molto intense con spot in formati da 30" e 45" su canali satellitari, Rai e Mediaset, ma anche radio, stampa quotidiana - con "domination" su il Corriere della Sera e La Repubblica - e affissioni presso le stazioni di servizio. L'ultima fase, quella del lancio vero e proprio, prevede una pianificazione aperta a tutti i principali mezzi di comunicazione, dalle televisioni generaliste ai principali canali radio commerciali e nazionali, dai quotidiani all'affissione nelle località montane, dalla stampa quotidiana a quella periodica per tutto il periodo estivo. Oltre al mantenimento di tutte le campagne online e alla sponsorizzazione di Skype.

Citiamo infine un'iniziativa particolare pianificata dal 3 al 9 giugno con la partnership di Radio 105, Radio Monte Carlo e Virgin Radio che, per una intera settimana, dal lunedì e venerdì, dedicheranno a Peugeot 2008 - nelle fasce di maggior audience e fuori da contesti pubblicitari - due appuntamenti editoriali quotidiani di 1'30" per esaltarne le caratteristiche innovative e i punti di forza. Non si tratta di spot ma veri e propri messaggi informativi gestiti da un giornalista, Paolo Ciccarone, per spiegare l'utilizzo e il funzionamento di tutte le novità tecniche del prodotto.

PHD

Nata a Londra nel 1990 come la prima agenzia media specializzata nella funzione di planning nella sua accezione più ampia, PHD rappresenta oggi una realtà innovativa nel planning e buying di mezzi classici, digitali ed emergenti.

PHD è un network globale con più di 2.500 dipendenti in più di 60 paesi ed è basata sulla cultura del pensiero strategico, della creatività e dell'innovazione.

Nel 2010, PHD ha vinto nove riconoscimenti 'Media Agency of the Year' a seguito dell'acquisizione di molti importanti new business in diversi paesi. Continua a fornire servizi seguendo la filosofia di "Trovare un modo migliore" per i propri clienti.

Omnicom Media Group è la divisione media di Omnicom Group Inc. Le sue attività comprendono i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD Worldwide e PHD Network.

Omnicom Group Inc. (quotata al New York Stock Exchange: OMC) (www.omnicomgroup.com) è una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale. Il network della galassia Omnicom, che comprende numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione, realizza campagne pubblicitarie, pianificazioni media, direct marketing e promozioni, relazioni pubbliche ed altri tipi di comunicazione specialistica, per più di 5.000 clienti in oltre 100 nazioni nel mondo.