

Il pensiero si fa vita quotidiana



[Adv] Mitsubishi Electric va in tv e su web con firma di Red Cell

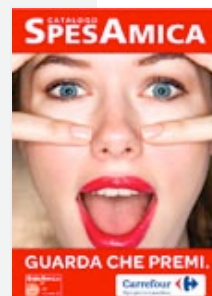


E' on air da domenica 16 maggio su televisione e web la campagna pubblicitaria di **Kirigamine**, la linea di climatizzatori a parete di **Mitsubishi Electric** dedicata agli ambienti residenziali che rappresenta il top in fatto di apparecchi con tecnologia DC Inverter. La creatività è firmata **Red Cell** mentre la pianificazione media è stata curata da **UM**, la centrale media guidata da **Gianfranco Piccolo**. Lo spot sarà in onda dal 16 al 29 maggio sulle principali emittenti Rai e Mediaset. A supporto della campagna televisiva, è stata pianificata una campagna online su siti d'informazione (corriere.it, repubblica.it, gazzetta.it, la stampa.it e ilsole24ore.com) e sul sito meteo.it. Per l'intera campagna di comunicazione

l'investimento è stato di oltre 4,5 milioni di euro lordi. Red Cell che si è occupata anche della realizzazione del minisito www.kirigamine.it esclusivamente dedicato al prodotto. La strategia di comunicazione ha individuato nel rapporto massime prestazioni/minimi consumi il messaggio chiave del brand, che rimanda al claim stesso della campagna: 'Una piccola energia può darti grandi risultati. Climatizzatore Kirigamine. Da Mitsubishi Electric'. L'obiettivo del messaggio è suggerire al consumatore che il risparmio energetico ha un valore non solo economico ma anche e soprattutto di rispetto per l'ambiente che ci circonda. Allo spot hanno lavorato l'art director **Sergio Cozzetti** e la copywriter **Simona Laudisa**, sotto la direzione creativa di **Roberto Vella** e **Stefano Longoni**. La casa di produzione è **Mercurio Cinematografica**, con la regia di **Koen Mortier**.

[Cataloghi] Carrefour sceglie Jakala

Superando una selezione molto dura - sei le agenzie che sono state messe a confronto -, **Jakala** è entrata a pieno titolo tra i fornitori principali di **Carrefour** per il nuovo catalogo **SpesAmica 2010 - 2011 Guarda che premi**. Il progetto firmato da Jakala ha puntato in particolare alla valorizzazione del catalogo tramite premi di prestigio, non solo per il design e la rispondenza ai living trend dei clienti, ma anche per la tipologia dei brand selezionati. Il Catalogo SpesAmica Guarda che premi nella nuova versione è presente già da marzo 2010 in Nord Italia e Isole (e fino a maggio 2011) mentre nel Centro-Sud sarà disponibile a partire da giugno 2010 e fino a settembre 2011.



Avvenire è sempre con te

Tutta l'informazione di Avvenire in tempo reale, anche sul tuo *mobile*.



Arriva il nuovo canale che offre tutta l'informazione di avvenire.it in modalità *mobile*. Un pratico menù con accesso diretto a tutte le notizie, ai preferiti per salvare gli articoli e rileggerli con comodo off line, alle sezioni del sito e ai dossier. Già ottimizzato per i principali smartphone e iPad

mobile.avvenire.it

Avvenire il quotidiano dei cattolici

POWERED BY
mebic