

Creatività & Marketing

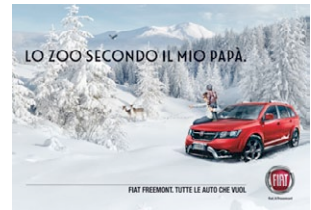
NEL CIRCUITO INVERNALE

Jeep e Fiat sulle montagne con le cartoline Ambient Media

La nuova gamma **Jeep** e le versioni Cross di **Freemont** e **Panda** sono protagoniste anche quest'anno delle cartoline distribuite nel circuito invernale **Ambient Media**. Il circuito, attivo da dicembre a fine marzo, raggiunge gli hotel e i locali delle migliori località sciistiche alpine, proprio per intercettare

il target di turisti, amanti della natura e dei viaggi, con la famiglia e con gli amici, che hanno bisogno di un mezzo sicuro, oltre che in città, anche su qualsiasi terreno. La campagna si sviluppa su una serie di soggetti che esaltano da un lato la tradizionale vocazione fuoristradistica delle vetture della gamma **Jeep**, raffigura-

te mentre discendono con le fiaccole una pista da sci con il claim 'L'Inverno è il nostro sport preferito'. Dall'altra la versatilità dei modelli Cross di Fiat, raffigurati a loro agio anche tra la natura incontaminata con claim come: 'Testata dalla natura. Promossa dalla città'. Sul retro si trovano informazioni pratiche quali le



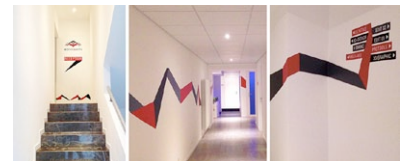
caratteristiche di tutti i modelli e l'invito a provarli negli showroom.

NUOVA LOCATION DI OLTRE 600 MQ

MOVIE & ARTS TRASLOCA IN VIA STENDHAL

La sede milanese di **Movie & Arts**, al ritorno dalla pausa natalizia, si è spostata in una nuova location più grande e confortevole, aumentando le sale operative e i servizi offerti. La nuova sede di oltre 600 mq è dislocata su due piani con la suddivisione tra sale logistiche ed accoglienza e sale operative. Ogni sala è dotata di riscaldamento e climatizzazione autonoma per regalare il massimo confort ai clienti. Tutta l'illuminazione a led risponde alle esigenze di ottimizzazione dei consumi in una chiave

green sostenibile. Oltre i nuovi e confortevoli spazi interni la struttura ha un cortile privato di oltre 100mq allestito con dei salottini; un ottimo sfogo nell'arco della giornata lavorativa. Parzialmente la superficie esterna è coperta per poter essere utilizzata anche con condizioni climatiche non ottimali. Gli spazi comuni sono allestiti con elementi tecnologici che vanno dagli schermi multitouch, al 3d autostereoscopico, all'olografia; tutta la tecnologia che oramai è parte integrante dei servizi che la società fornisce con il reparto



di sviluppo software. La volontà di **Movie & Arts**, in questa sua nuova sede milanese, è mettere ancor più in evidenza tutti i nuovi strumenti di comunicazione che in questi ultimi anni ha sviluppato permettendo ai clienti di poter toccare con mano queste nuove tecnologie. La nuova sede si trova in via Stendhal 70. www.movieandarts.com/it/contact.html#milano.

SCATTI DI FREDI MARCARINI ALL'INTERNO DELL'HOTEL SANTA MARTA SUITES DI MILANO

'A Taste of Art' promuove Affordable Art Fair su stampa, web e outdoor

'A Taste of Art' è il claim della nuova campagna advertising di **Affordable Art Fair**, la fiera di arte contemporanea accessibile che si terrà dal 19 al 22 marzo 2015 a Milano presso la location **SuperStudio Più**. Il format internazionale, che coinvolge 17 città, ha visto nel 2014 la presenza di 232.000 visitatori e un totale di 41.500 opere acquistate, corrispondenti a 40.000.000 di euro. Giunta

alla quinta edizione italiana, **Affordable Art Fair** (www.affordableartfair.com) ha cambiato il modello delle tradizionali fiere d'arte, introducendo un prezzo massimo delle opere esposte. La fiera under 6.000 euro si rivolge a collezionisti ed esperti del settore ma anche ad un pubblico di appassionati e curiosi, che desiderano scoprire le ultime tendenze del mondo dell'arte contemporanea in un conte-

sto piacevole e divertente. La campagna 2015 è ambientata al Santa Marta Suites, un hotel di charme nel centro storico di Milano e gestito da Rosanita Marcenaro, grande appassionata d'arte. A immortalare le opere dalle mille sfaccettature di **Guido Baldessari** e il modello **Nicola Zanella**, l'obiettivo del fotografo di fama internazionale **Fredi Marcarini**. Il risultato non è solo una semplice immagine pubblici-



taria ma uno scatto surreale che diventa una vera e propria opera d'arte. La campagna è pianificata su carta stampata, web e affissioni a Milano fino a marzo 2015.