



LA TUA INFORMAZIONE QUOTIDIANA DAL 1989

Anno XXV Martedì 06/05/2014

REATIVITÀ E MARKETING

LA PRESENTAZIONE AL CIBUS DI PARMA

Momentum firma la nuova immagine di Olio Cirio

Momentum, divisione di WorldGroup, McCann ha curato per la Pietro Coricelli SPA il progetto dedicato al completo rindell'immagine novamento della linea Olio Cirio. Con questo restyling, Olio Cirio interpreta la cucina come un atto semplice e istintivo. Fil rouge che ha ispirato il cambiamento è il cuore che Cirio mette in tutto ciò che fa, espressione dell'amore che lo lega a chi vive da sempre la cucina con entusiasmo e passione e che da oggi è anche al centro dell'identità visiva e nel logo. La nuova bottiglia vede sagomati nei lati del vetro, una forchetta e un cucchiaio: due simboli della cucina quotidiana che invitano a condire ogni giorno nuove ricet-



te piene di calore e fantasia. Inoltre la forma arrotondata richiama, a sua volta, la sagoma del logo a forma di cuore. La grafica semplice, pulita ed evocativa delle quattro etichette completa il restyling, per una scelta facile e immediata del prodotto a scaffale. Per presentare in anteprima la nuova immagine di marca, Olio Cirio ha scelto il Salone Internazionale dell'alimentazione Cibus, a Parma dal 5 all'8 maggio e che rappresenta una vetrina internazionale d'eccezione in ambito Food and Retail. A firmare la nuova brand image Alessandro Sabini, direttore creativo esecutivo, Antonio Mele, senior art director, Marta Dallaglio, senior project manager, Ornella Ciot, brand strategist.

RINNOVATA LA PARTNERSHIP CON COTTON COUNCIL INTERNATIONAL

ORIGINAL MARINES 'AMA' IL COTONE E VA ON AIR SU STAMPA E AFFISSIONE

Da inizio maggio è on air la nuova campagna advertising che segna il rinnovo della partnership tra Original Marines, brand campano di abbigliamento casual e sportivo, e Cotton Council International, ente no profit per la promozione del cotone americano nel mondo con il brand Cotton Usa. Dal 5 al 18 maggio sarà on air la campagna 'Cotton Lovers. Per chi ama il cotone' volta a esaltare la qualità e la resistenza, alcune

delle caratteristiche principali del cotone americano. La qualità dei capi, la soddisfazione delle mamme e la gioia dei bambini sono da sempre alla base dell'impegno di Original Marines e Cotton Usa che, con questa campagna, sottolineano come anche dopo un anno di lavaggi i capi in cotone americano riescano a garantire colori brillanti, tessuto resistente e vestibilità impeccabile. La campagna advertising sarà pianificata

su stampa quotidiana nazionale, Corriere della Sera e la Repubblica, sui principali magazine femminili e dedicati alla famiglia, Amica, Io Donna, Donna Moderna, Grazia, D Repubblica. Sono inoltre previste affissioni nelle stazioni ferroviarie di Milano, Torino, Firenze, Roma e Napoli. "Da sempre il nostro Gruppo - commenta Domenico Romano, direttore Marketing Original Marines - ha fatto dell'ottimo rapporto qualità

prezzo una della sue caratteristiche distintive. Puntiamo sulla promozione della qualità dei nostri prodotti con una campagna che ne afferma, a chiare lettere, l'alto livello. Original Marines garantisce la resistenza e la durata dei capi per un anno". Le proposte della collezione Primavera-Estate 2014 realizzate con cotone americano a marchio Cotton Usa sono disponibili in tutti i punti vendita Original Marines

PR, MEDIA RELATIONS E TOP MANAGEMENT CONSULTANCY

LeasePlan comunica con Ketchum

LeasePlan Italia. società del settore del noleggio a lungo termine e gestione delle flotte aziendali, ha affidato le attività di pr, media relations e top management consultancy a Ketchum Italia. Andrea Cornelli, amministratore delegato di Ketchum Italia, spiega: "Siamo orgogliosi di lavorare con LeasePlan, una realtà che rappresenta un vero e proprio punto di riferimento del settore a livello mondiale. In uno scenario di forti cambiamenti

nel campo della mobilità e dei trasporti, il mercato delle flotte aziendali presenta molteplici elementi di interesse e spunti di comunicazione. Attraverso questa collaborazione con LeasePlan avremo la fortuna di consolidare la nostra expertise in un settore che si dimostra in continua crescita e in forte sviluppo". La comunicazione per LeasePlan è affidata al team coordinato da Cristina Risciotti. Business Director Corporate & Finance di Ketchum.

PER IL LANCIO DELLE T-SHIRT DI RICCARDO CIUNCI

L'UMORISMO DI THECOMFORTABLEPIGS ANCHE SU CARTOLINE CON AMBIENT MEDIA

L'umorismo di Thecomfortablepigs e del copywriter Riccardo Ciunci torna on air con nuove cartoline insieme ad Ambient Media. Le card sono state realizzate per il lancio della nuova linea di t-shirt del copy

È risaputo: la vongola col vino rosso.

marchigiano che da metà maggio saranno acquistabili direttamente dalla nuova pagina Facebook di Thecomfortablepigs. I nove soggetti da oggi invaderanno centinaia di locali e attività commerciali milanesi. Le cartoline, proposte in edizione limitata, sono state realizzate per essere collezionate o regalate e a breve potranno essere condivise anche sulla pagina Facebook di Thecomfortablepigs e di Ambient Media.











