

[Spot] McCain torna in tv dopo sei anni. Firma Action & Branding

Le patatine **McCain** arrivano in tv con quattro nuovi spot in pianificazione su La7 e La7d dal 19 dicembre al 22 gennaio. I protagonisti della nuova campagna televisiva saranno Forno Chips, Purè a Naturale, Kid Smile e Le Patatine Originali. Nei nuovi spot i prodotti vengono affiancati da ingredienti freschi e genuini con i quali si compongono soggetti inaspettati: una croccante regina della bontà, una leggera farfalla, un fiore naturale e un simpatico cuoco. La creatività è firmata dall'agenzia **Action & Branding**. Gli spot, la cui pianificazione è stata curata da **Brand Portal**, saranno presenti all'interno dei tg e nei programmi di maggiore rilevanza. Oltre ai classici spazi tabellari, Brand Portal ha inserito nella pianificazione *diari e onde*. **Barbara Galli**, sales & marketing director re-



tail di McCain Italia: "McCain torna in tv dopo 6 anni e siamo molto soddisfatti sia della nuova campagna sia del nostro partner **La7**, che ci accompagnerà in questa iniziativa. La scelta della tv si inserisce in un piano di comunicazione più ampio, che coinvolge il mondo dei media a 360°, dalla tv, alla stampa, al web, e che vuole comunicare la qualità dei nostri prodotti realizzati solo con ingredienti genuini e naturali, 'dal campo al piatto', e preparati nel rispetto dell'ambiente proprio come vuole la filosofia del marchio, felicemente tradotta nel nostro payoff: McCain, it's all good". Alla campagna hanno lavorato l'art **Erica Castelli** e il copy **Francesca Luppi** con la direzione creativa di **Lydia Dovera**. La casa di produzione è **Movie&Arts**, scatti fotografici di **Luca Perrazzoli**.

[New Media] Anche Unilever scommette su iAd in Europa

Dopo lo spot di **Tron Legacy** per **Disney** (vedi Today Pubblicità Italia di ieri) anche **Unilever** intende usufruire di **iAd**. Pare dunque che **Apple** riuscirà a rispettare il programma iniziale il quale prevedeva un lancio europeo di iAd entro la fine di quest'anno. La campagna pubblicitaria di Unilever ha un costo complessivo di circa 10 milioni di euro ed è inserita all'interno di un contesto nel quale l'azienda sta esplorando metodi innovativi per il marketing. Il chief marketing officer di Unilever, **Keith Weed**, ha infatti dichiarato: "Unilever ha sempre avuto il ruolo dell'innovatore per quanto riguarda l'advertising. Adesso siamo pionieri del marketing nell'era digitale che svelerà le vere potenzialità dei dispositivi mobili". Tra gli altri brand che saranno presenti nel programma iAd dovrebbero essere presenti anche **L'Oreal**, **Renault**, **Louis Vuitton**, **Nespresso**, **Perrier**, **LG Display** e **Turkish Airlines**. La campagna di Unilever riguarderà precisamente il lancio del nuovo prodotto Lynx Excite (in Italia Axe Excite) e l'esperienza di iAd permetterà agli utenti di scaricare la colonna sonora dello spot, di scaricare wallpaper delle Axe Excite Angels oltre che di vedere lo spot del prodotto.

Giocare...

Spedire e-mail, o MagNews.

... o fare sul serio.

MagNews

E-mail Marketing Solutions by **diennea**

Ducati è cliente MagNews dal 2004.