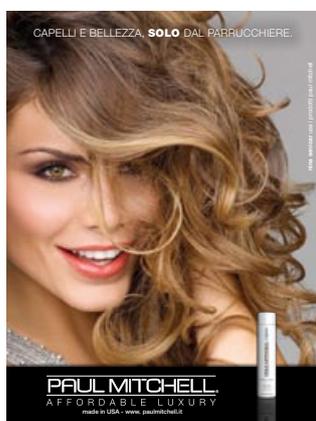




## New business MediaCom diventa la nuova centrale di Paul Mitchell. La prima campagna vale 2 milioni

**È** MediaCom il nuovo partner di comunicazione di Paul Mitchell, brand di prodotti per la bellezza e la cura dei capelli, che ha scelto l'agenzia media di Attilio Redivo al termine di una consultazione. L'agenzia si occuperà di tutte le aree di comunicazione, comprese la strategia, il planning & buying e il miglioramento del ritorno sull'investimento della marca americana di cosmetica. La sede romana di MediaCom è già al lavoro per il nuovo cliente, di cui sta curando la campagna di comunicazione 2011: una serie di attività che prenderanno il via a metà marzo e coinvolgeranno il target group di Paul Mitchell per rinsaldarne il posizionamento, per un budget stimato di circa 2 milioni di euro. Da un lato, la pianificazione sui periodici femminili sfrutterà a pieno l'appeal della marca e l'affinità rispetto al target, mentre l'utilizzo di internet permetterà di intercettare il target in maniera efficace. La campagna del 2011 segna il ritorno in comunicazione da parte di Paul Mitchell,

La partnership include tutte le aree di comunicazione, dalla strategia all'ottimizzazione dell'investimento



Il visual della comunicazione, firmata da Dinamo Design

marchio nato in California nel 1980 e presente non solo in oltre 100.000 saloni in America, ma anche nelle boutique degli acconciatori di 80 nazioni in tutto il mondo. Il brand, infatti, si distingue per la presenza esclusiva nei saloni di acconciatori ed è approdato in Italia nel 2001 come John Paul Mitchell Systems Italia: un marchio che utilizza in-

gredienti di altissima qualità per prestazioni superiori, assicurate dalla fusione fra tecnologia, ricerca scientifica e benefici degli estratti botanici. "La JPM System Italia ha trovato nella professionalità e nell'esperienza di MediaCom il giusto partner per potersi riaffacciare, con autorità, nel campo pubblicitario." ha dichiarato Roberto Gasperoni, responsabile Comunicazione/Eventi JPM System Italia. "Una collaborazione che nasce dall'esigenza di accrescere la brand awareness del marchio e per sottolineare l'impegno dell'azienda a favore del canale professionale. Il tutto suggellato da una splendida testimonial: Nina Senicar". "E' un grande piacere per noi accogliere l'arrivo di John Paul Mitchell System: siamo sicuri che sarà una partnership fruttuosa e di successo", ha commentato Rosa Meo, vicedirettore generale di MediaCom Italia e direttore della sede romana dell'agenzia.

## Campagne McCain ritorna a comunicare con Action&Branding

McCain, leader mondiale nella produzione di prodotti surgelati a base di patata, ritorna in comunicazione con una campagna stampa dedicata a Le Patatine Originali, Forno Chips, Purè al Naturale, Frit'Up e Kid Smile. Già attori nella campagna televisiva, andata in onda su La7 e La7d dal 19 dicembre al 22 gennaio, e ancora prima nella campagna stampa 2010, i prodotti ritornano oggi con visual colorati e differenziati a seconda delle caratteristiche di ciascuna linea. La campagna, ideata dall'agenzia pubblicitaria Action&Branding e realizzata dal fotografo Luca Perazzoli, è pianificata da Brand Portal sulle più importanti testate periodiche nazionali tra febbraio e giugno 2011. Attraverso formati speciali, come publiredazionali e brandizzazioni di copertine, McCain comunicherà ad un target tanto allargato quanto specializzato per poter parlare in modo più ampio dei prodotti.

