

Aziende Morando lancia le monoporzioni Migliorgatto I Deliziosi con Noodles

Produzione di Filmmaster, postproduce Toboga



Un frame dello spot

Dal 6 novembre al 17 dicembre è on air sulle emittenti televisive La7 e Sport Italia il primo soggetto della nuova campagna Morando dedicata alle monoporzioni Migliorgatto I Deliziosi, le uniche sul mercato ad essere arricchite con Propoli e Pappa Reale. Lo spot, realizzato in due versioni da 15 e 7 secondi, è il primo di 4 soggetti (tre dei quali in onda a partire da dicembre) che comunicheranno sia la linea Migliorgatto I Deliziosi, sia la linea Migliorcane I Preferiti, due novità nel mercato del petfood. Protagonista dello spot è l'ape, raffigurata graficamente sulle confezioni delle nuove ricette con Propoli e Pappa Reale, che prende vita e volando risveglia un gatto sonnacchioso. Stuzzicato dall'insetto, il gatto inizia a inseguire l'ape cercando di catturarla, fino a quando questa non tornerà sulla confezione trasformandosi nell'icona presente sul pack. Un tono di voce leggero e coinvolgente tipico dell'entertainment comunica e valorizza i prodotti Migliorgatto I Deliziosi, sottolineandone l'apporto nutritivo della Propoli, le qualità antiossidanti della Pappa Reale e il gusto stuzzicante. Il concept e la creatività sono dell'agenzia Noodles Comunicazione di Torino, la produzione è di Filmmaster mentre la postproduzione è stata realizzata da Toboga. La regia è di Maurizio Longhi, mentre la distribuzione dello spot è stata curata da Personal Media Advising.

Aziende Enel va all'Osservatorio Multicanalità

Anche quest'anno Enel conferma la sua partecipazione in qualità di main sponsor al progetto di ricerca dell'Osservatorio Multicanalità, i cui risultati saranno presentati da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano il 15 dicembre. Enel, con la partecipazione all'Osservatorio per il terzo anno consecutivo, intende compiere un passo avanti confermando il proprio posizionamento nell'innovazione del mercato libero dell'energia. Infatti, accanto all'analisi dei comportamenti dei consumatori, è fondamentale capire come costruire e consolidare una reputazione digitale. «Quello che cerca il cliente oggi è un servizio che semplifica la vita, qualcosa che renda più facile il suo vivere quotidiano - dichiara Nicola Lanzetta, responsabile Vendite Mass Market - Enel Energia è ben consapevole che l'epoca dei contratti fornitore-utilizzatore ha ormai lasciato il posto a un rapporto paritetico nel quale il cliente sceglie chi è in grado di fornire servizi e prodotti che soddisfano le sue esigenze».

WE'VE REACHED AN ALL-TIME HIGH.

We put brands where the growth is. Bloomberg.com reached a record high of 13.8 million unique global visitors—a 107% year-over-year increase.

Redefining Business Media

Bloomberg.COM

Source: comScore Media Matrix March 2011
© 2011 Bloomberg L.P. All rights reserved.

Learn more >> mediaandtrade.com

MEDIA TRADE

**NESSUNA
IDEA DIGITAL
PER QUESTA
CAMPAGNA.**

**PREMIAMO
LE VOSTRE.**

ISCRIVI LA TUA CAMPAGNA DIGITAL SU WWW.IABMIXX.IT
E PARTECIPA ALLA PRIMA EDIZIONE DI IAB MIXX

iab.
mixx

WWW.IABMIXX.IT