



KLAUS DAVI & CO.

TESTATA

la Repubblica
AFFARI & FINANZA

DATA: 24 Maggio 2010

*La Gazzetta dello Spot***Sempre bella Vanessa
testimonial di taglie forti**

■ di GABRIELE DI MATTEO

Sebbene frequenti da anni una palestra milanese, l'attrice e showgirl Vanessa Incontrada non ha per così dire forme scheletriche: però conserva lo spirito fresco e brillante, oltre a una bellezza immutata, e così ha accettato sorridendo la proposta di "Persona", un marchio del Gruppo Max Mara dedicato alle "taglie comode", perché diventasse *testimonial*, alla vigilia del lancio di un sito Internet che fornisce ogni dettaglio sulle nuove collezioni primavera-estate. Nel frattempo il marchio inglese *Ultimo* lingerie mette sotto contratto la modella Kelly Brook per la linea *Bridal* con una campagna che strizza l'occhio alla prima notte di nozze.



Vanessa Incontrada

Nel mercato italiano, invece, e sulla scia del Mondiale, il duo comico Ale & Franz diventa *testimonial* della catena Trony, che vende elettronica di consumo. Con il tipico humor freddo all'inglese, la coppia lanciata dalla panchina dello Zelig, annunciano "gli sconti mondiali" che vengono riservati a chi acquista in questo periodo un televisore

Full HD. La campagna esce su tutti i media con una particolare attenzione al web, mezzo principe per l'informazione sui prodotti digitali.

Wind, dall'alto dei suoi 150 milioni di euro investiti sui media, esce oggi con la nuova campagna con Aldo Giovanni e Giacomo. Occasione della nuova serie di spot diretti da Marcello Cesena è l'apertura di un "flagship store", tre vetrine brandizzate dal marchio arancione nel quadrilatero della moda milanese. Tema delle gag è un'offerta del 50% di ricarica in più mesa a disposizione contro il caro-tariffe dall'operatore romano.

Gli incidenti in moto sono in crescita preoccupante, per questo la Confindustria ANCMA (Associazione Nazionale Ciclo/Motociclo Accessori) lancia la nuova campagna pubblicitaria sulla sicurezza stradale e le 2 ruote. Interessante la scelta dei media su cui veicolare la campagna: stampa e web.