

Chiquita lancia la nuova campagna adv

A poche settimane dalla chiusura della gara con l'assegnazione dell'incarico a Forchets, Chiquita lancia la nuova campagna adv. La creatività fa leva su qualità e gusto e sarà declinata su stampa, web, outdoor e attività in store.

Format semplice, divertente e versatile: il primo soggetto sarà su stampa a partire da agosto e punta ad attirare l'attenzione grazie ad un elemento di distonia. Sono infatti rappresentate due banane: una Chiquita, con due bollini, e una piccola e ancora acerba, che si rivolge all'adultta chiedendole il motivo di un simile privilegio. La risposta è semplice e implicita: "E' per te, se diventi buona". La strada per ottenere il bollino blu, è lunga ed impegnativa e per meritarlo occorre superare severi controlli di qualità.

"L'idea propositaci da Forchets è perfettamente compatibile con la personalità di marca e il tono di comunicazione schietto e diretto che ha sempre contraddistinto Chiquita. In piu', ci permette di raggiungere il nostro obiettivo: spiegare ai consumatori che Chiquita è sinonimo di alta qualità nella frutta grazie agli standard produttivi che applichiamo e alla forte selezione che operiamo in ogni fase del processo", spiega Maurizio Pisani, Direttore Marketing Chiquita.

"Siamo orgogliosi e onorati di poter lavorare con Chiquita, uno dei marchi storici della pubblicità italiana. È un incarico che ci rende doppiamente felici: per la conferma della crescita di Forchets e per l'idea vincente della campagna, che esprime bene le nostre convinzioni sugli ingredienti di una comu-

nicazione efficace ed efficiente: semplicità e chiarezza su tutti i media", commenta Fabrizio Ferrero De Michelis, Direttore Creativo Esecutivo e Founder di Forchets.

Credits

Direzione creativa: Anders Weinar

Art director: Gaia Reggiani

Copywriter: David Picciarelli

Account: Anna Ferrario

Pianificazione: Initiative Media



Su ZOOPPA concluso il contest per Postemobile

Si è conclusa la gara creativa indetta da PosteMobile su ZOOPPA, la piattaforma di user generated advertising con quasi 70.000 utenti da tutto il mondo.

Forte del successo del precedente contest, PosteMobile si è rivolto nuovamente alla community di creativi alla ricerca di un video originale che aiutasse il potenziale consumatore a scoprire il mondo e le offerte di PosteMobile, guidandolo fuori dalla "giungla" delle promozioni della concorrenza.

PosteMobile richiedeva la creazione di video, della durata di un minuto, in grado di far emergere i vantaggi di un'offerta chiara e completa, la sua facile reperibilità presso i 14.000 uffici postali e anche online, la sua affidabilità e convenienza. In poco più di un mese e mezzo, tale la durata del contest, sono arrivati ben 60 video che hanno generato oltre 2200 commenti.

PosteMobile aveva messo in palio per i migliori video ben 9,500\$. Di questi, 6,000\$ sono stati assegnati ai tre video scelti direttamente dalla giuria di PosteMobile:

Primo classificato - Premio Cliente

"Speed date" di Babilonia <http://zooppa.it/ads/postemobile-2/videos/speed-date>

Secondo classificato - Premio cliente

"Poste mobile, chiaro no?" di Fuckinbros

<http://zooppa.it/ads/postemobile-2/videos/poste-mobile-chiaro-no>

Terzo classificato - Premio cliente

"Mobile Bow" di Snark <http://zooppa.it/ads/postemobile-2/videos/mobile-bow>