

# SPOT and WEB

QUOTIDIANO FREE PRESS DELLA COMUNICAZIONE

Anno 6, numero 113 venerdì 2 luglio 2010, pag. 1



CAYENNE PER LUCY CGI

a pagina 3

## VIRGILIO GO GREEN: AL VIA SERVIZI E INFORMAZIONE DEDICATI ALLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE



a pagina 5

## Le cinque regole d'oro per un sito web di successo

a pagina 9

## Al via la campagna pubblicitaria di Angelo Parodi



MI ARRENDO SOLO AD ANGELO PARODI.

La selezione della materia prima e l'esclusività del processo di lavorazione conferiscono al trancio di tonno Angelo Parodi 1888 un sapore inconfondibile.

Impiatta e scatta! Scopritelo su: [www.angeloparodi.it](http://www.angeloparodi.it) Inviaci la tua ricetta e vinci gustosi premi!

Distribuito da Icat Food S.p.a. Genova



Un mito. Dal 1888.

a pagina 4

TBWAIItalia ha realizzato una nuova campagna no profit per il WWF Italia, l'organizzazione non governativa che contribuisce alla tutela della biodiversità. L'attività di WWF per i mesi estivi è concentrata in attività di promozione della salvaguardia dell'ambiente marino. Il mare racchiude in sé una ricchezza che è messa costantemente in pericolo dalle emergenze ambientali: inquinamento, pesca illegale e quantità di pescato superiore alle capacità di riproduzione. Il Mediterraneo è sottoposto ad ogni tipo di sfruttamento e il suo equilibrio è molto precario perché il rinnovamento delle sue acque avviene solo attraverso lo stretto di Gibilterra. Ci vogliono 40-50 anni per rinnovare completamente le acque del Mediterraneo ma in esso vengono versati liquami di 150 città e di 1-4.000 industrie senza contare che il 25% del traffico mondiale fa rotta attraverso il Mediterraneo.

Nel bacino del Mediterraneo, che corrisponde allo 0,82% dei mari mondiali, è presente il 7,5% delle specie marine del pianeta, tra cui specie minacciate di estinzione.

Molte specie marine pescate in Mediterraneo, tra cui tonno, pesce spada, nasello, sogliola, triglia e seppia, sono sfruttate al massimo dalla pesca. Tartarughe marine e delfini sono minacciati, così come viene fatta strage del Tonno Rosso quando viene a riprodursi nel Mediterraneo. Il WWF vuole valorizzare la biodiversità marina attraverso la conoscenza delle aree marine protette, promuovendo il rispetto del mare e dei suoi abitanti con un turismo sostenibile e promuovendo un consumo responsabile di pesce.

La campagna TBWA\Italia lascia "parlare" il mare. Lo spot mostra una spiaggia del Mediterraneo lasciando spazio solo al rumore del vento, alle grida dei gabbiani e al suono del mare. Un mare che chiede aiuto, lasciando una scritta sulla spiaggia: Help. L'immagine della campagna stampa, visibile anche sul sito [www.wwf.it/mare](http://www.wwf.it/mare), è quella di una enorme bottiglia con dentro un messaggio che galleggia sull'acqua in prossimità della spiaggia. Gli spot radio simulano il suono che fa una conchiglia quando la si porta all'orecchio ma con anche una vocina che chiede aiuto. "Il mare ci sta chiedendo aiuto" è il pay off/claim della campagna.

Firmano il progetto Anna Di Cintio, art director e Arnaldo Funaro, copywriter. La direzione creativa esecutiva è di Alessio Riggi e Geo Ceccarelli



## Al via la campagna pubblicitaria di Angelo Parodi

E' partita la nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creativa NewRed del Tonno Angelo Parodi, lo storico brand di tonno in scatola e conserve ittiche distribuito da Icat Food.

La campagna, volta a consolidare il posizionamento del prodotto nella fascia premium, continua nel solco della comunicazione ironica e trasgressiva degli ultimi anni e fa leva su un visual ad alto impatto che sottolinea l'assoluta fedeltà di marca del consumatore di Tonno Angelo Parodi.

Una donna, che rappresenta il core target e il principale responsabile d'acquisto del prodotto, esibisce in primo piano, con sguardo fiero e ammiccante, le sue braccia ammanettate. Le manette non sono però due manette convenzionali, ma due confezioni vuote di Tonno Angelo Parodi. Il gioco è chiarito dall'headline che recita: "Mi arrendo solo ad Angelo Parodi". Una fedeltà di marca che ritrova la motivazione nelle caratteristiche del Tonno Angelo Parodi, realizzato con i migliori tranci di tonno della migliore qualità secondo un'esclusiva ricetta che conferisce un sapore unico e inconfondibile per i...maniaci di questo prodotto. Legato alla campagna pubblicitaria, declinata su stampa e web, vi è un concorso a premi, che permetterà a tutti gli appassionati di cucina di veder pubblicate sul web, le proprie ricette preparate con i prodotti Angelo Parodi.

Fino al 30 settembre prossimi, la fantasia gastronomica dei consumatori sarà premiata da una giuria tecnica che decreterà le migliori ricette, regalando ai primi tre classificati un corso di cucina presso l'"Atelier dei sapori", rinomata scuola milanese e ad altri nove vincitori un'intera fornitura di prodotti Angelo Parodi.

"Impiatta e scatta con Angelo Parodi" è un concorso ideato da WMC e sviluppato interamente sul web 2.0 e, come tale, sarà supportato da una pianificazione on-line sui principali social network, tra cui Twitter, FaceBook e Flickr.



**MI ARRENDO SOLO  
AD ANGELO PARODI.**

La selezione della materia prima e l'esclusività del processo di lavorazione conferiscono al trancio di tonno Angelo Parodi 1888 un sapore inconfondibile.

**Impiatta e scatta!**  
Scopri lo su: [www.angeloparodi.it](http://www.angeloparodi.it)  
Inviaci la tua ricetta e vinci gustosi premi!

Distribuito da Icat Food S.p.a.  
Genova



Un mito. Dal 1888.