

Fusar Poli e Margaglio testimonial per Toroc

A due anni dalla cerimonia di apertura dei giochi olimpici invernali del 2006, è on air da oggi la campagna istituzionale del Toroc che celebra l'avvicinamento dei giochi e fa conoscere l'evento agli Italiani. Tecnomedia Omd ha pianificato annunci su quotidiani, sportivi e non, e settimanali nazionali dal 10 al 26 febbraio.

Sono inoltre previsti due quartini a colori (su *Il Giornale* del 15 febbraio e su *Il Sole 24 ore* del 22 febbraio) e *Album di Repubblica* che il 19 febbraio dedica una monografia a Torino 2006. La foto dell'agenzia LaPresse raffigura alcuni testimonial di Torino 2006, la medaglia



olimpica di short-track Fabio Carta e la coppia di danza su ghiaccio Barbara Fusar Poli e Maurizio Margaglio in posa all'interno del cantiere del Palavela che nel 2006 ospiterà le gare short-track e pattinaggio artistico. Il claim è 'Prepariamoci con passione un grande evento italiano'. "Per il Toroc - afferma Andrea Varnier, direttore immagine e comunicazione del comitato - si tratta di un impegno concentrato nei giorni che celebrano i due anni che ci separano dai Giochi. In questo modo vogliamo far crescere la sensibilità degli italiani nei confronti dell'evento olimpico e, grazie anche alla collaborazione con la Rai, coinvolgere tutto il paese per offrire al mondo uno spettacolo memorabile". Sono inoltre previste decorazioni a copertura integrale su sei autobus e tre tram nella città di Torino.

OmniDecor con Meroni

L'agenzia ha ricevuto l'incarico di curare le attività di media e public relation e di ideare la campagna pubblicitaria per il 2004 del gruppo attivo nella realizzazione di vetro satinato di alta qualità per arredamento ed esterni. Meroni Comunicazione si occuperà anche del restyling del sito di OmniDecor. La campagna è pianificata in Italia, Spagna, Inghilterra e Brasile sulle principali testate specializzate e di settore. Le fotografie sono di Davide Cerati. Sono stati scelti due temi, 'Fit for outside' per l'architettura e 'Glass sensation' per il design. Durante il servizio fotografico della campagna è stato girato un video che sarà utilizzato in occasione delle fiere che coinvolgeranno OmniDecor.

Tre nuovi clienti per Gianfranco Moraci

Anastasi Arredobagno, Fincentrale (società di finanziamento) e Ecrù (oggettistica da regalo) hanno affidato all'agenzia messinese di Gianfranco Moraci la propria creatività per il 2004. La campagne sono state ideate da Gianfranco Moraci (copy), Giancarlo Rizzo (art) e Sergio Barrile (art).

La regione Marche sui binari di Italia, Germania e Gran Bretagna

E' pianificata in questi giorni sui mezzi Viacom Express la nuova campagna internazionale della Regione Marche - Assessorato al turismo e attività ricettive. I paesi coinvolti sono Italia, Germania e Gran Bretagna. La campagna multisoggetto mostra le immagini dei paesaggi marchigiani più belli; il claim è "Tranquillamente Marche. Le Marche, l'Italia in una regione". In Italia sono previsti impianti di grande formato all'interno di alcune grandi stazioni. A Milano Cadorna la Regione Marche sarà presente per un mese con una 'Station Domination', una sponsorizzazione tramite la decorazione di numerosi elementi architettonici e l'utilizzo di impianti pubblicitari esistenti. In Germania la comunicazione prevede un rinnovo della decorazione delle locomotive tedesche (già visibili dall'anno scorso) fino a fine giugno 2004. Le stazioni di Berlino, Amburgo, Monaco e Stoccarda per un mese ospiteranno 'big banner' bifacciali, mentre nelle stazioni metropolitane delle medesime città, da gennaio a marzo, saranno presenti alcuni circuiti di impianti eurolight bifacciali. A Berlino dal mese di marzo, in occasione della fiera ITB, sarà esposto un impianto di 214 metri quadrati per un mese. In Gran Bretagna la comunicazione è concentrata nella città di Londra, con la decorazione di cento bus Routemaster 'Double Deck' per otto settimane.

