

Campagne

CREATIVITÀ E MARKETING

Il brand Angelo Parodi amplia la gamma e lo comunica in tv con Auge HQ e Haibun

Lo storico brand Angelo Parodi, marca di conserve ittiche più antica in Italia che fa parte del gruppo Icat Food, torna in televisione, dopo l'esordio estivo, con una nuova campagna pubblicitaria firmata da Auge HQ e focalizzata sui filetti di acciughe, novità entrata nell'offerta del marchio. Protagonista della campagna, on air dal 22 dicembre, nuovamente Angelo Parodi in carne ed

ossa, nel ruolo di un esperto di mare e di conserve ittiche pronto a dispensare ironiche perle di saggezza attraverso le sue massime indirizzate ai suoi più stretti collaboratori e alle sue ammiratrici. Questa volta al centro della scena saranno i filetti di acciughe, protagonisti di uno storico "bacio mozzafiato" per ribadire l'alta qualità dei prodotti. Per questo lancio di prodotto, nel periodo

natalizio caratterizzato da un'alta audience televisiva, sono stati programmati più di 900 spot sulle reti Rai e Sky, capaci di generare 100 milioni di contatti a target e nel circuito Grandi Teatri delle principali città italiane. Articolata in film da 30" e 15", la campagna ha l'obiettivo di consolidare il posizionamento premium del brand Angelo Parodi e



comunicare l'ampliamento di gamma esaltando il valore e la storia della marca, forte di oltre 125 anni di esperienza e di attenzione per la qualità. La produzione è stata affidata a Haibun e la regia a José Antonio Pratt.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

PUBLICICO TODAY settimanale di marketing e comunicazione | 11

Il brand Angelo Parodi amplia la gamma e lo comunica in tv con Auge HQ e Haibun

Lo storico brand Angelo Parodi, marca di conserve ittiche più antica in Italia che fa parte del gruppo Icat Food, torna in televisione, dopo l'esordio estivo, con una nuova campagna pubblicitaria firmata da Auge HQ e focalizzata sui filetti di acciughe, novità entrata nell'offerta del marchio. Protagonista della campagna, on air dal 22 dicembre, nuovamente Angelo Parodi in carne ed ossa, nel ruolo di un esperto di mare e di conserve ittiche pronto a dispensare ironiche perle di saggezza attraverso le sue massime indirizzate ai suoi più stretti collaboratori e alle sue ammiratrici. Questa volta al centro della scena saranno i filetti di acciughe, protagonisti di uno storico "bacio mozzafiato" per ribadire l'alta qualità dei prodotti. Per questo lancio di prodotto, nel periodo natalizio caratterizzato da un'alta audience televisiva, sono stati programmati più di 900 spot sulle reti Rai e Sky, capaci di generare 100 milioni di contatti a target e nel circuito Grandi Teatri delle principali città italiane. Articolata in film da 30" e 15", la campagna ha l'obiettivo di consolidare il posizionamento premium del brand Angelo Parodi e comunicare l'ampliamento di gamma esaltando il valore e la storia della marca, forte di oltre 125 anni di esperienza e di attenzione per la qualità. La produzione è stata affidata a Haibun e la regia a José Antonio Pratt.

A Natale on air un altro video della campagna "Food We Want" promossa da Olus

Il video "Food We Want" promossa da Olus, è stato realizzato da Auge HQ e Haibun. Il video è stato girato in un'ambientazione natalizia e mostra un'immagine di un pesce che si trasforma in un'immagine di un prodotto di pesce. Il video è stato girato in un'ambientazione natalizia e mostra un'immagine di un pesce che si trasforma in un'immagine di un prodotto di pesce.

Neymar scelto come volto internazionale degli occhiali Police

Neymar è stato scelto come volto internazionale degli occhiali Police. Neymar è un calciatore brasiliano che ha giocato per la nazionale brasiliana e per la nazionale francese. Neymar è stato scelto come volto internazionale degli occhiali Police.