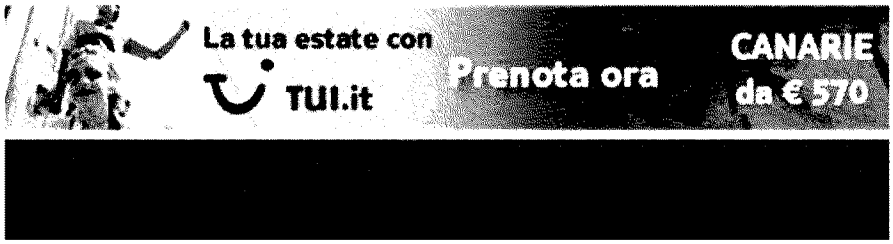
SPOT WEB
Anno - numero
martedì luglio 2008 - pag.



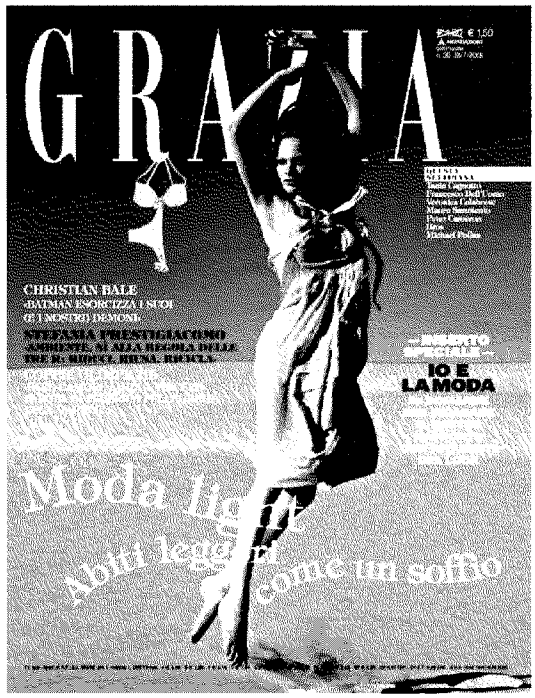
MenCompany cura l'estate Vodafone

MenCompany ha studia per conto di Vodafone un progetto di comunicazione non convenzionale all'insegna del coinvolgimento diretto del target. L'obiettivo è proporre una doppia experience per gli utenti e i clienti prospect Vodafone: due i progetti paralleli e complementari che vedono coinvolti il piano tariffario One Nation e la promozione Summer Card e che offrono ai target la costante presenza di Vodafone in contesti prettamente estivi e improntati al puro divertimento!

E' partita così l'attività di Vodafone al Latino Americando di Assago (MI) che presenzia con uno stand dedicato alle promozioni dell'estate – Summer Card – e ad un piano tutto internazionale – One Nation. Una presenza costante che si anima ancora di più durante il week-end grazie alla presenza di un tatuatore Vodafone. A tutti coloro che attiveranno on site una delle due proposte Vodafone o il nuovo piano Vodafone Casa, sarà offerta la possibilità di effettuare gratuitamente un tatuaggio all'hennè. E poi ancora leaflet informativi, cartoline e bandane brandizzate per il pubblico più interessato alle possibilità offerte da Vodafone.
Ma l'estate è anche mare: con Vodafone Contaminazione Estiva, MenCompany raggiunge le città marittime più calde con 8 week-end di attività intensa, tra lungomare e centro città, e un'attività di human street marketing volta a comunicare Summer Card, la promozione Estate 2008 targata Vodafone.
Due team Vodafone si muoveranno nelle location selezionate coinvolgendo i passanti con un gioco: attraverso "indovina la parola misteriosa" lo staff coinvolgerà i giovani, target legato a Summer Card. Tutti coloro che attiveranno l'offerta avranno in omaggio una borsa-cuscino gonfiabile o un portacellulare brandizzato.

Sexto Senso affida a L'Ippogrifo il lancio del progetto franchising

Sexto Senso, nuovo brand del demin e dell'abbigliamento, affida a L'Ippogrifo le attività di media relation, eventi e sviluppo del progetto Franchising Italia.
Sexto Senso, attraverso il suo fondatore Serder Sadiker, punta ad una nuova concezione dell'esperienza nello store, all'interno del quale il momento dell'acquisto sarà l'ultimo step di un percorso fatto di relax, creatività, fashion bar e relazione.
A ottobre è prevista l'apertura del primo punto vendita, a Trieste, e sono in fase di progettazione una serie di eventi mai sperimentati nella città giuliana. Il progetto del franchising monomarca verrà replicato in diversi paesi nel mondo, per i quali l' "italian style" sarà il focus della comunicazione.

Le grandi inchieste di Grazia: io e la moda

Grazia nel numero oggi in edicola propone un questionario, ideato in collaborazione con il Politecnico di Milano facoltà di design della moda.
Il questionario, è un nuovo appuntamento con "Le grandi inchieste di Grazia": Cinquantadue domande per scoprire tutto sul rapporto delle italiane con la moda, i marchi, lo shopping. L'inchiesta è divisa in tre sezioni: la prima sezione, La moda è stile, ovvero "non puoi vivere senza....." indaga sulla differenza tra essere una fashion victim e interpretare la moda per creare un proprio stile. La sezione La moda è cultura, chiede alle lettrici di indicare quali sono i capi che hanno fatto tendenza (dai bikini degli anni 50, ai pantaloni a zampa d'elefante degli anni 70), quelli che dovrebbero tornare di moda (la sottoveste, le giarrettiere o il cappello con la veletta) e le icone che hanno determinato uno stile, da Audrey Hepburn a Sarah Jessica Parker. Infine La moda è shopping scopre il rapporto tra il pubblico femminile e la propria carta di credito: per cosa una donna spenderebbe un capitale, una borsa o un paio di scarpe? In più, compilando le domande tramite il coupon cartaceo o via internet (registrandosi una sola volta sul blog di Grazia http://grazia.blog.it.) entro il 20 agosto 2008, sarà possibile partecipare a un concorso. In palio sei borse (quale miglior oggetto del desiderio per una donna?) dei più importanti stilisti italiani: l' Amethyst bag di Armani, Hysteria di Gucci, la Shopping Bag di Versace, Pashmy di Tod's, la Maxi Bag di Ferragamo e la Miss Easy Way di Dolce&Gabbana, oltre a tanti abbonamenti per un anno a Grazia.