

Daily Net

Ediforum

Per un periodo di ricezione di DailyNet, in forma gratuita, chiedere informazioni a **Ediforum**:

Cinzia Maccioni
telefono: 02/53598204
email: cmaccioni@ediforum.it



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI - giovedì 22 marzo 2007 n.53

CAMPAGNA SUL NETWORK PER LA NEW YPSILON BLUE&ME

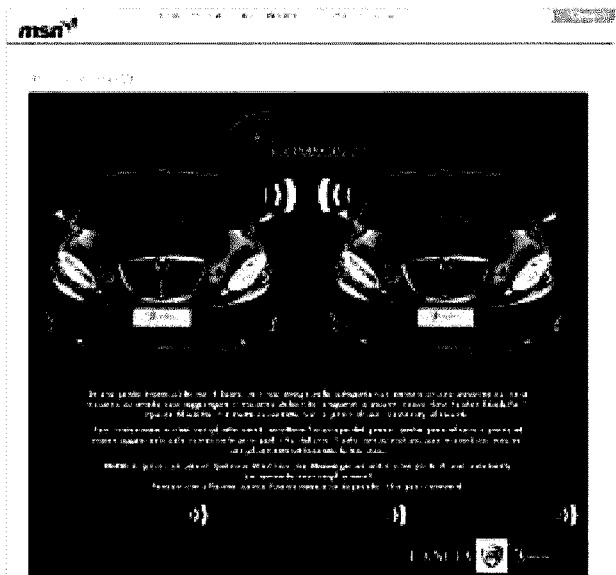
Msn e Windows Live ospitano Lancia

OLTRE A BANNER E ANIMOTICON, UN SITO DEDICATO. PIANIFICAZIONE DI MC2

Lancia ha scelto **Msn** e **Windows Live** per promuovere la **New Ypsilon Blue&Me**, la community car. Fino al 27 marzo, infatti, New Ypsilon Blue&Me sarà protagonista sul media network di **Microsoft** con una campagna innovativa in grado di coinvolgere un target giovane e particolarmente attento alle nuove tecnologie. Il primo step è una campagna banner: un originale bottone (300X250) caratterizzerà la home page di Msn e le videochiamate con Windows Live **Messenger**. Alcuni leaderboard (728X90) animeranno Windows Live **Spaces** e **Hotmail**, che il 16 aprile si vestiranno completamente dei colori e delle immagini di New Ypsilon Blue&Me. Non è tutto: una promozione editoriale all'interno del sistema di Im inviterà tutti gli appassionati a scoprire le novità della nuova vettura Lancia. Inoltre basta ac-

cedere all'indirizzo <http://lancia.it.msn.com> per scoprire tutte le caratteristiche della piccola ammiraglia, prenotare un test drive e scaricare un'animoticon Lancia. La campagna è stata pianificata da **Mc²** che

ha elaborato, insieme a Microsoft, un progetto speciale per la creazione di un'animoticon personalizzata Lancia con il duplice scopo di dare visibilità al prodotto e veicolare l'idea di prima community car.



Bottoni e leaderboard saranno i formati utilizzati per la campagna Lancia

CONCORSI

CON BON PRIX SI VA A VEDERE MISTER BEAN



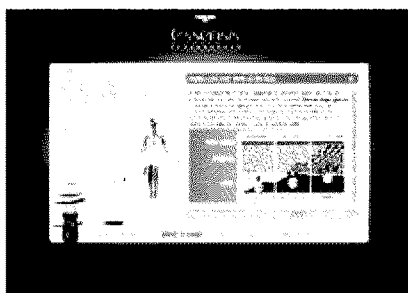
La home page del sito Bon Prix

Bon Prix presenta il film "Mr. Bean's holiday" al grande pubblico: andando sul sito www.bonprix.it è possibile incontrare il simpatico e catastrofico **Mr. Bean** che sta per godersi una esilarante vacanza nel sud della Francia. Compilando un modulo di partecipazione, chiunque, anche se non ha mai acquistato un prodotto Bon Prix, potrà vincere i biglietti per vedere il nuovo film dell'esplosivo comico inglese, dal 6 aprile nei cinema di tutta Italia. In palio ci sono 25 coppie di biglietti, e ogni vincitore estratto a sorte avrà diritto a due ingressi in più di 1.800 sale in tutta Italia.

IL NUOVO PRODOTTO DI DANONE, OLTRE A TV E STAMPA, VA SU INTERNET

Essensis: online il web site, a breve una campagna banner

AFFIDATA A WUNDERMAN LA REALIZZAZIONE DEL SITO DEDICATO. IN VIA DI DEFINIZIONE ANCHE UNA COMUNICAZIONE WEB



Il sito www.essensis.it propone il parere degli esperti

Danone fa il suo ingresso nel mondo della bellezza e sceglie **Wunderman** per la realizzazione di **Essensis.it**. Essensis, il prodotto che permette di prendersi cura della propria pelle, è online con il sito a supporto del lancio stampa e tv. Una protagonista perplessa invita gli utenti a saperne di più di Essensis: l'alimento a base di latte fermentato in grado di nutrire la pelle dall'interno. Inoltre, un pool di esperti è a disposizione per chiarire ogni dubbio a chiunque ne faccia richie-

sta attraverso e-mail e numero verde Infoessensis, gestiti dalla unit romana Wunderman Connection. Wunderman è inoltre al lavoro per la realizzazione di una campagna banner sfruttando così appieno la propria organizzazione per un'operazione orientata alla bellezza e alla relazione. Coordinamento a cura di **Daniele Di Veroli**, ideazione creativa **Daniilo Puricelli**, copywriter **Simone Salve** e, per Wunderman Connection, **Marianna Gentile**.