

IL MARCHIO DI SUPERMERCATI CONTINUA A PUNTARE SUL FORMAT ONLINE

Mercatoni Pravettoni, sitcom sul sito di Coop

DODICI PUNTATE IN CUI IL PERSONAGGIO RESO NOTO DA PAOLO HENDEL RIBALTA I VALORI DEL BRAND



Carcarlo Pravettoni
a Mai dire Goal

Prosegue all'insegna della comunicazione digitale la campagna pubblicitaria di **Coop**. Il marchio di supermercati ha rispolverato per l'occasione un personaggio televisivo assai noto negli anni 90, grazie alla popolarità datagli da **Mai Dire Goal** della **Gialappa's Band** Carcarlo Pravettoni, *alias* **Paolo Hendel**. Il comico toscano è protagonista della sitcom "Mercatoni Pravettoni": 12 clip sul sito di Coop in cui l'a.d. della Carter&Carter (famoso anche

per il motto "e la lira s'impenna") si propone come *alter ego* della cooperativa di consumatori, ribaltando i concetti che la stessa Coop tiene a comunicare (valori del marchio e cura del cliente). Ci si trova dunque in un ambiente in cui i clienti non brillano per intelligenza, i prodotti in vendita sono surreali e improbabili e i dipendenti vengono costantemente sottoposti ad angosce insopportabili. Una catena di supermercati a dir poco improbabile, dunque, in cui Pravetto-

ni fa la voce grossa tornando a imperversare con i suoi business opinabili e grotteschi, in perfetta sintonia con il personaggio. Con la nuova sitcom votata alla comicità, dunque, Coop ripropone il modello di comunicazione iniziato con "Casa Coop" 1 e 2, esperimento andato a buon

fine che ha invitato l'insegna a puntare su una nuova iniziativa a supporto della sua attuale campagna pubblicitaria, che si sviluppa anche in rete. La presentazione del progetto avverrà, alla presenza di Paolo Hendel, il 13 ottobre presso la **Casa del Cinema** di Roma.

WEB REPUTATION E SOCIAL MEDIA

A IMAGE BUILDING IL RILANCIO DEL BRAND CESARE RAGAZZI

Image Building, società di consulenza di direzione in comunicazione fondata nel 1987 da **Giuliana Paoletti** è stata scelta da **Cesare Ragazzi** quale agenzia di consulenza per la comunicazione corporate, di prodotto, medico-scientifica, per l'attività di monitoraggio della rete e dei social network e per l'analisi della web reputation. Cesare Ragazzi è stata acquisita da **AdviHair S.r.l.**, azienda interamente partecipata dalla società di investimento **Advicorp Plc**, con l'obiettivo di rilanciare il noto brand, la sua ineguagliata tecnologia proprietaria - il sistema Cnc (Capelli Naturali a Contatto) - e i prodotti tricologici. A occuparsene in Image Building saranno i professionisti di quattro diverse divisioni: Corporate, Prodotto, Medico-Scientifica e Digital.

CLICKPOINT

- 12 e 13 ottobre - IAB Forum Milano
- Stand C5 - Livello 0

iab
FORUM
milano