



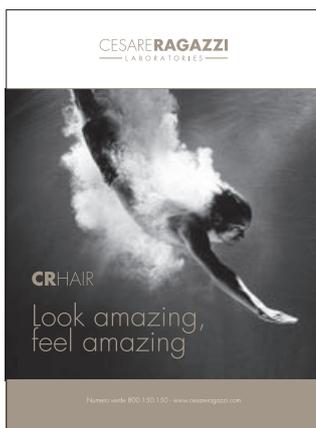
ROMA, PALALOTTOMATICA 26, 27 E 28 OTTOBRE 2011

IL SALONE DELLO STUDENTE

*Classeditori*

3 GIORNI  
100.000 STUDENTI,  
OLTRE 8.500 MQ ALLESTITI  
150 ESPOSITORI  
50.000 CONTATTI UTILI PER DATABASE

## Aziende Parte il rilancio di Cesare Ragazzi Laboratories con una campagna stampa e internet. Firma di BrandPie



Uno dei quattro soggetti della campagna

Image Bulding scelta per la pianificazione offline, Layoutweb per il planning online

**H**a preso il via domenica la nuova campagna, on-line e off line, di Cesare Ragazzi Laboratories, l'azienda recentemente acquisita dalla società di investimento Advicorp Plc. L'acquisizione ha dato contestualmente inizio alla messa a punto di un importante piano di rebranding e riposizionamento che mira a sostenere una nuova crescita, sia sul mercato domestico sia su quello internazionale, basata sulla capacità di innovare e sviluppare prodotti e soluzioni per il benessere dei capelli. Sono quattro i visual della campagna in programma per questo primo flight che terminerà a dicembre. Rivolta non più solo a un

pubblico maschile ma anche, e soprattutto, al pubblico femminile e ai giovani, la nuova campagna, in bianco e nero, comunica con immediatezza il nuovo stile elegante, "amazing" e contemporaneo di Cesare Ragazzi Laboratories. I diversi soggetti sono accomunati dal sorriso ritrovato nei momenti di vita quotidiana, che tornano ad essere momenti sereni come sottolineano i claim "Riscopri te stessa" e "Look amazing, feel amazing". Tali messaggi richiamano con semplicità e chiarezza i vantaggi offerti dai trattamenti tricologici all'avanguardia e dal sistema proprietario CNC (Capelli Naturali a Contatto), riflettendo perfettamente la

mission di Cesare Ragazzi Laboratories: offrire a uomini e donne di qualunque età l'opportunità di mantenere sani e vitali i propri capelli e di ritrovare il benessere psico-fisico che la loro caduta può compromettere. La campagna rientra nella più ampia strategia di riposizionamento dell'azienda che parte dalla totale ridefinizione della visual identity messa a punto da BrandPie, società di branding consultancy basata a Londra. BrandPie ha concentrato il proprio focus sull'identificazione dei valori di Cesare Ragazzi, elaborando un nuovo sistema di brand che interessa l'intera area marketing, dal packaging delle linee dei prodotti tricologi- ▶



QUESTO È IL SALONE DELLO STUDENTE!

Da noi lo studente è di casa. Workshop, laboratori, corsi di orientamento, incontri, intrattenimento, stand di tutte le università italiane: **Il Salone dello Studente**, il modo più semplice e immediato per conoscere e farsi conoscere dagli studenti italiani.

ROMA, PALALOTTOMATICA  
26, 27 E 28 OTTOBRE 2011

3 GIORNI  
100.000 STUDENTI,  
OLTRE 8.500 MQ ALLESTITI  
150 ESPOSITORI  
50.000 CONTATTI UTILI PER DATABASE

IL SALONE DELLO STUDENTE

*Classeditori*



Ricerca,  
Innovazione,  
Performance.



► ci alla brand experience offerta al cliente all'interno dei centri. Parallelamente l'azienda ha affidato ad Image Building l'incarico per la gestione delle media relation seguite dalle divisioni corporate, prodotto, medico-scientifica e digital per il monitoraggio online. A Layoutweb è stato affidato lo sviluppo della strategia di comunicazione online, a partire dal sito web, e di implementazione della web reputation. Oltre al totale restyling il sito si presenta oggi anche con un canale dedicato alla donna. Infine, a supporto della rete in franchising, è stato conferito alla Natalini & Partners l'incarico di seguire l'armonizzazione e lo sviluppo della rete, oltre che alla struttu-

razione della scuola di formazione e a tutte le procedure operative e gestionali. Allo Studio di Architettura Magnaghi di Roma è stata affidato il compito di declinare le linee guida del nuovo brand e della nuova immagine ideati da BrandPie nei progetti dei singoli centri. La pianificazione media off line, curata da Image Building, interesserà la carta stampata, periodici di informazione, attualità, moda, benessere e lifestyle e quotidiani nazionali, mentre la pianificazione online, gestita da Layoutweb, si concentrerà sui principali siti di informazione e lifestyle. Il budget, che nel 2001 ammonta a 600.000 euro (10% dei ricavi), è destinato a crescere già dal 2012.

### Adv Terre des Hommes on air con Altavia Every, Bedeschi Film, Raul Cremona e Carla Signoris

**N**uovo spot per Terre des Hommes firmato Altavia Every e Bedeschi Film, sul tema della lotta alla violenza sui bambini e la protezione dell'infanzia, con testimonial Raul Cremona, Luigi Pelazza e Carla Signoris. Nei due giorni di riprese sono state girate tre versioni dello spot, con la regia del giovane Claudio Gallinella: una versione da 15 secondi e una da 30" con la Signoris protagonista e una versione da 30" con Raul Cremona e Luigi Pelazza. Lo spot ideato da Altavia Every con

la regia e la produzione della Bedeschi Film andrà in onda in spazi gratuiti sulle principali emittenti nazionali e su Discovery Channel, nelle metropolitane, nei cinema e negli aeroporti nei circuiti Telesia e Opus Proclama. Il periodo di programmazione va dal 25 ottobre fino al 20 novembre, giornata mondiale dei diritti dell'infanzia. Lo spot servirà a promuovere l'sms solidale 45501 per la raccolta di fondi a favore dei progetti di Terre des Hommes. Altavia Every ha scelto uno stile di comunicazione sobrio e non banale che non sfrutta le solite immagini di bambini in difficoltà, ma predilige un tono serio e provocatorio al tempo stesso. Dal 25 ottobre al 20 novembre, inviando un sms al 45501 tutti potranno donare 2 euro per aiutare Terre des Hommes a combattere ogni forma di abuso sui minori. Chiamando da rete fissa allo stesso numero, la cifra sarà variabile dai 2 ai 5 euro a seconda dell'operatore telefonico.



Il backstage

## Ricerca, Innovazione, Performance.

La ricetta che offriamo ai nostri Clienti

Da più di 10 anni BBJ Media Agency indaga l'universo dei nuovi media. Un team multidisciplinare impegnato ogni giorno in un confronto serrato con la rete e con l'evoluzione dei modelli di marketing e comunicazione digitale. Competenza tecnologica, continuità di visione, integrazione con gli obiettivi di business, assieme per trasformare sempre l'idea creativa in risultati concreti.

Guarda i nostri progetti su [www.bbj.it](http://www.bbj.it)

Milano Via Alamanni 16/2 | [info@bbj.it](mailto:info@bbj.it)

