

## CREATIVITÀ E MARKETING

L'AZIENDA RILEVATA PER 5 MILIONI DI EURO DALLA SOCIETÀ DI INVESTIMENTO INGLESE ADVICORP

# Cesare Ragazzi, al via la campagna di rilancio

PER LA COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE INVESTITI CIRCA 600MILA EURO: LA NUOVA CREATIVITÀ ON AIR FINO A DICEMBRE SU CARTA STAMPATA E WEB

Il suo 'Salve, sono **Cesare Ragazzi**' è stato uno dei tormentoni pubblicitari degli anni Ottanta. Era l'uomo che si era 'messo in testa un'idea meravigliosa', ma anche uno dei primi imprenditori testimonial della

propria azienda. Azienda che, dopo aver attraversato negli ultimi anni una profonda crisi finanziaria, è rinata grazie all'acquisizione da parte della società di investimento inglese **Advicorp** che l'ha rilevata lo scorso settembre per 5 milioni di euro. Del fondatore resta il nome e la tecnologia da lui brevettata 40 anni fa (il sistema di infoltimento naturale dei capelli CNC), mentre cambiano le strategie e il target di riferimento. Con l'acquisizione è stato, infatti, messo a punto un piano di rebranding e riposizionamento della **Cesare Ragazzi Laboratories** che sarà comunicato attraverso una campagna che toccherà mezzi online e offline. Sul piat-

to, per questa operazione, il 10% del fatturato dell'azienda (6 milioni di euro) ovvero circa 600 mila euro. Quattro i visual della campagna attualmente on air, il cui primo flight 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, intende veicolare 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 a essere momenti sereni come sottolineano i claim 'Riscopri te stessa' e 'Look amazing, feel amazing'. La pianificazione

media offline interesserà periodici di informazione, attualità, moda, benessere e lifestyle e quotidiani nazionali, mentre la pianificazione online si concentrerà sui principali siti di informazione e lifestyle. La campagna pubblicitaria fa seguito alla totale ridefinizione della visual identity dell'azienda, messa a punto dall'agenzia londinese **BrandPie**. Parallelamente è stato affidato a **Image Building** l'incarico per la gestione delle media relations, mentre **Layoutweb** è stata incaricata dello sviluppo della strategia di comunicazione online, a partire dal restyling del sito (con un canale dedicato alla donna) per arrivare all'implementazione della web reputation. (C.C.)

