BRAND NEWS TODAY

23 maggio 2013
giovedi'

quotidiano
di brand
marketing,
comunicazione,
media,
web & digital,
pubblicità,
design

pag. 5

banche
formazione

ITALIA

TV, STAMPA, WEB

Cayenne ribadisce il posizionamento di WeBank

La campagna sviluppata dall'agenzia è in pianificazione con spot tv e telepromozioni, stampa e web

WeBank, la banca online del Gruppo Bipiemme, torna on air con una campagna che ne ribadisce il posizionamento, sostenuto dal 2011, di 'Banca eccezionale' in grado di offrire più cose insieme. La creatività è stata sviluppata da Cayenne.
La campagna promozionale aggiunge a un tasso vantaggioso, 3,50% lordo annuo per i vincoli a 3,6 e 12 mesi, la gratuità dei bolli sul conto corrente e deposito titoli per tutto il 2013 e zero canone.
Tornano i colori e lo stile pulito del brand, che ne richiamano l'essenza altamente tecnologica: un fondo limbo, le figure geometriche dei cubi, e un elemento 'fisico', la mano, che interagisce con la scena dando vita all'offerta di WeBank. Ritroviamo anche le note di "Take on me" degli A-ha, nella versione di Graziella Shazade, e la voce del doppiatore Roberto Pedicini.
La campagna è pianificata su stampa, web e tv con spot e telepromozioni.

Credits:

Direzione creativa: Federico Bonriposi (copy), Matteo Airoldi (art)
Art: Daria D'Onofrio
Copy: Daniela Zuccotti
Post produzione: Rumblefish
Scatti: FM Photographers
Cdp musica: Quiet, Please!
Account director: Paola Rossi
Account executive: Federica Carrafiello
Creative digital director: Paola Naldi
Web designer: Paola Ferri
Web project manager: Elena Centin

ITALIA

STAMPA, WEB, BTL

Istituto Marangoni è internazionale con vanGoGh

'We say bravo' è il nuovo concept di comunicazione ideato da vanGoGh che promuoverà a livello internazionale l'offerta formativa di Istituto Marangoni. La creatività è stata declinata per una campagna stampa internazionale, scattata dal fotografo Aldo Fallai. Sulla medesima linea creativa vanGoGh ha ideato e sviluppato il sito istituzionale di Istituto Marangoni. Il lavoro dell'agenzia ha coinvolto anche monografia, prospectus design, concept space.
Il progetto è stato sviluppato sotto la direzione creativa di Giorgio Guzzi, Marcio Holanda. Art director Monica Baraldi e Beto Santos Vergati, copy Sara Lometti.