



## Somfy comunica con Cantiere di Comunicazione

Somfy Italia, filiale di Somfy S.A attiva nel settore dei più innovativi automatismi per l'architettura e il governo della luce naturale, ha affidato a **Cantiere di Comunicazione** l'incarico per lo sviluppo e la gestione delle proprie relazioni con i media. L'agenzia affiancherà Somfy nell'attività di sviluppo della conoscenza del concetto e delle diverse applicazioni dell'Home Motion, movimentazione dei sistemi di apertura e chiusura delle aperture della casa (porte, finestre, tende, tapparelle), sia rispetto alle grandi opere architettoniche sia nell'ambito dell'edilizia residenziale. L'attività di media relation rientra in un più ampio e strutturato programma di comunicazione che l'azienda italiana ha intrapreso a partire dal primo trimestre 2006 con l'obiettivo di incrementare la conoscenza del marchio Somfy sul mercato nazionale. Per il 2006 la campagna di comunicazione a sostegno del marchio Somfy prevede la pianificazione di oltre 750 spot sulle reti



## Lancôme lancia su stampa Bienfait Multi-Vital con Publicis

Publicis 133 ha ideato la nuova campagna per il lancio di **Bienfait Multi-Vital**, il nuovo trattamento multi-beneficio Lancôme che nutre la pelle donandole vitalità e benessere grazie a micro-nutrienti e vitamine. L'adattamento italiano è stato curato dal direttore creativo esecutivo Alasdhair Macgregor-Hastie e dai direttori creativi associati Daniela Zorzi e Daniela Locatelli. Il fotografo è Solve Sundsbø. Con il lancio di Bienfait Multi-Vital, Lancôme fa proprio un nuovo concept: il complemento nutrizionale della pelle. Questa promessa è rappresentata da un visual che mostra un viso di donna affiancato dal prodotto contornato dalle capsule di integratori. La campagna è pianificata da ZenithOptimedia su importanti testate femminili con doppie pagine, pagine singole, formati speciali e pubbliredazionali.



Mediaset, La7, Sky e digitale terrestre oltre alla massiccia presenza sui periodici di architettura e arredamento. La campagna tv è partita il 26 marzo e sarà in onda fino al 22 aprile. Lo spot è stato realizzato dalla casa madre in Francia, in Italia è stata curata la traduzione e qualche adattamento. "Alla comunicazione, alle promozione e alle attività di marketing - dice **Roberto Mezzalana**, direttore generale Somfy Italia - destiniamo circa il 5% del fatturato, differenziando le attività a seconda dei target a cui ci riferiamo. In particolare, per quanto riguarda la campagna televisiva, il budget allocato si aggira attorno ai 3 milioni di euro".