



news release

Al via la nuova campagna dedicata all'ADSL di Vodafone

Ilary Blasi protagonista del nuovo spot "Vodafone Station"

Milano, 4 giugno 2008 - Vodafone torna in TV e su tutti i principali mezzi di comunicazione (stampa, affissioni e web) con una nuova campagna dal tono fresco e leggero interamente dedicata a Vodafone Station e alle nuove offerte ADSL sottoscrivibili a partire dal 9 giugno.

La campagna è tutta incentrata sul concept creativo del germoglio, metafora della nascita e dello sviluppo delle nuove soluzioni ideate da Vodafone per consentire a tutti i propri clienti di beneficiare dei vantaggi di una connessione in banda larga fissa e mobile in maniera semplice ed immediata. Le diverse scene, tutte animate da una grafica ispirata alla natura e all'idea creativa del germoglio, mostrano Ilary Blasi scoprire con estrema semplicità e candore le innumerevoli potenzialità di Vodafone Station. Con la nuova Vodafone Station infatti Vodafone arriverà nelle case dei clienti portando semplicità e cambiando il modo di parlare e di navigare sul web. Vodafone Station è attiva da subito, è estremamente semplice da installare e consente di effettuare chiamate e connettersi sfruttando le migliori tecnologie disponibili, ovvero ADSL via cavo e banda larga mobile grazie alla Vodafone Internet Key integrata. Beneficiando della banda larga mobile subito disponibile, tutti i clienti potranno telefonare, navigare sul web e scambiarsi mail, utilizzando il proprio telefono di casa e il computer, sin dall'acquisto, senza dover aspettare l'attivazione del servizio ADSL.

Dopo la campagna TV del novembre scorso dedicata alle offerte Vodafone Casa, Vodafone torna ad essere protagonista nelle case degli italiani con uno spot tutto improntato ai valori della semplicità e dell'immediatezza, presentando il lancio di un'offerta unica e distintiva in grado di portare internet veloce e telefono a casa.

La colonna sonora del nuovo spot è la cover di un brano degli anni 60 intitolato "Zoo be zoo be zoo". L'agenzia creativa della campagna è McCann Erickson Italia, con la direzione creativa esecutiva di Milka Pogliani e la direzione creativa di Chiara Castiglioni. Art e copy sono rispettivamente Gaetano Del Pizzo e Guglielmo Pezzino. La casa di produzione è H Films con la regia di Owen Harris. La pianificazione su tutte le principali emittenti nazionali è a cura di OMD.