

## SECONDO FLIGHT DELLA CAMPAGNA DIGITALE DI LANCIO DEL PASSEGGINO **Chicco Trio 4 Me torna a scorrazzare sul web**

CREATIVITÀ IDEATA DA PHOENIX ADV E REALIZZATA DA DRAKE. PIANIFICAZIONE DI EQUINOX FINO AL 30 MARZO

Online dal 18 febbraio il secondo flight della campagna banner che ha l'obiettivo di comunicare i vantaggi dell'innovativa seduta reversibile del nuovo **Chicco Trio 4 Me** (si veda *DailyNet* del 12 dicembre 2007), il nuovo passeggino proposto dal marchio di **Artsana**. I banner rimandano sempre al minisito dedicato al prodotto (**Trio4me.chicco.com**) la cui veste grafica è stata rinnovata per spiega-



re al meglio tutte le features di prodotto sviluppate per offrire comfort e sicurezza al bambino e contemporaneamente praticità di utilizzo ai genitori. Un secondo flight che conferma

la volontà di **Artsana** di esplorare in maniera interessante il web, come efficace strumento di marketing, nel 2008 in vista di un imponente investimento digitale nel corso dell'anno. Per **Chicco** in particolare, in ottica complementare rispetto allo sviluppo del sito di brand, questa attività di comunicazione sul web riesce a garantire maggiore efficacia nel raggiungimento del target e nel veicolare traffico al sito **Chicco.com**. La

creatività della campagna è stata ideata da **Phoenix adv** e realizzata da **Drake**. Pianificazione di **Equinox**, del **Gruppo Zenith Optimedia**, fino al 30 marzo su **Bambinopoli.it**, **Ilmiobaby.com**, **Mammaepapa.it**, **Virgilio.it**: previste attività di keyword advertising con **Google**. Diversi i formati utilizzati, alcuni molto impattanti come l'overlay di Virgilio che si apre al passaggio del mouse.

**Domenico Fabbricini**

