

<https://www.touchpoint.news/2021/01/08/finalmente-a-casa-la-filosofia-di-total-living-di-chateau-dax-nella-nuova-campagna-tv/>

“FINALMENTE A CASA”: LA FILOSOFIA DI TOTAL LIVING DI CHATEAU D'AX NELLA NUOVA CAMPAGNA TV

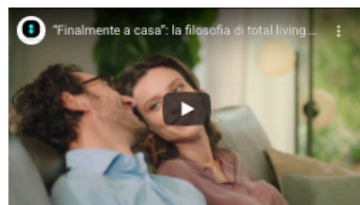
Due soggetti da 15" con creatività di IAKI e investimento di oltre 1,5 milioni di euro

8/1/2021



"Finalmente a casa": è questo il claim della nuova campagna pubblicitaria di Chateau d'Ax, che dal 3 gennaio è in Tv sui canali Rai, Mediaset, Cairo, Discovery e Sky FTA con uno spot sviluppato in due formati: da 15" e 10" più un codino da 5" che strizza l'occhio ai saldi invernali, per un investimento di oltre 1,5 milioni di euro.

Il concept della campagna "Finalmente a casa" è basato sulla valorizzazione della filosofia del total living attraverso gli arredi Chateau d'Ax. Il concetto di casa, di accoglienza e di "piacere di vivere i propri spazi" viene sottolineato nell'iperbole scenica di un semplice gesto, quello di abbandonarsi sul proprio divano dopo una giornata di lavoro, esaltata dall'espedito di un super slow motion.



I gesti lenti permettono di valorizzare i vari angoli e i dettagli dei prodotti dell'azienda. Il tempo è sospeso e crea un'atmosfera ovattata che dà spazio al voice over istituzionale di sottolineare i valori del brand quali il design, la qualità e il comfort tutto italiano. Il messaggio è declinato attraverso una creatività ambientata nel salotto di una giovane coppia raffinata e di bell'aspetto. I due si tengono per mano di spalle al divano Catullo, mentre la luce che entra dalla grande vetrata illumina i loro volti ed esalta le caratteristiche della pelle che riveste la superficie del divano.

Improvvisamente, in un elegante supermotion che sembra cristallizzare il tempo e lo spazio, la coppia si lascia cadere all'indietro con fiducia verso l'accogliente divano. Il gesto di quel tuffo lento e piacevole viene inquadrato insieme al divano da diverse angolazioni, così da cogliere espressioni e altri dettagli del living come il tappeto o un tavolino. In quel preciso momento termina il supermotion e i due protagonisti toccano la superficie del divano, esclamando: "Aaaah, finalmente a casa".

Il secondo spot differisce dal primo solo per il riferimento finale ai saldi dell'azienda che permettono di acquistare un divano "da sogno" a un prezzo molto conveniente.

La creatività è firmata da IAKI con la regia di Sergio Bosatra per The BigMama. La pianificazione è curata da Flag Media.

Maurizio Pietro Motta, AD di Chateau d'Ax, spiega: «Offriamo ai nostri clienti prodotti realizzati secondo i nostri valori di marca: qualità, comfort e design italiani. Il total living è un nuovo progetto abitativo che racchiude una varietà di soluzioni d'arredo dell'area soggiorno con lo scopo di ispirare e consigliare l'ambiente ideale. Attraverso questa campagna desideriamo che i nostri clienti attuali e futuri sappiano che essere accolti da un living Chateau D'Ax è un'esperienza appagante: il ritorno a casa diventa così un momento speciale, unico, da godersi secondo per secondo, con la giusta calma».

Credits

Agenzia: IAKI

Account Manager: Daniela Caluzzi

Direzione Creativa: Filippo Focchi

Senior Copywriter: Valerio Lualdi

Senior Art Director: Alessandro Cerri

Planning & Coordination: The BigMama

Regia: Sergio Bosatra

