



"FINALMENTE A CASA" È IL CONCEPT

CHATEAU D'AX IN TV CON LA FILOSOFIA DEL TOTAL LIVING

On air sulle principali reti FTA due soggetti da 15" firmati da IAKI con pianificazione di Flag Media. Investimento di oltre 1,5 milioni di euro



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103

DUJE SOGGETTI DA TV" CON CREATIVITÀ DI IAKI E INVESTIMENTO DI OLTRE 1,5 MILIONI DI EURO

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



“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,

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
Direttore della fotografia: Federico Casella
Casa di Produzione: The BigMama
Executive Producer: Lorenzo Borsetti
Producer: Lucrezia Pellè
Direttore di produzione: Piersante Di Biase
Editor: Davide Guerra
Colorist: Diego La Rosa
Musica: library
Agenzia media: Flag Media

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».



MAURIZIO PIETRO
MOTTA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103