

**Low vince il budget
Fielman e firma
Padv con Alessandro
Borghese testimonial**
15

Gare Low si aggiudica il budget Fielman e firma la campagna con Alessandro Borghese testimonial

Guardare oltre confine



A seguito di una consultazione strategico-creativa Fielmann, azienda tedesca specializzata nel settore ottico e nel retail eyewear, si è affidata a Low per ideare e sviluppare una campagna di awareness con l'obiettivo di supportare la strategia di espansione del brand nel nostro Paese.

Borghese è il primo testimonial dell'azienda

L'incarico ottenuto dalla divisione fashion, luxury e beauty di The Big Now guidata da Massimiliano Chiesa ha previsto l'ideazione di una campagna integrata che vede come protagonista il popolare chef e conduttore tv Alessandro Borghese, primo testimonial nella storia dell'azienda fondata in Germania nel 1972 e che oggi può contare oltre 24 milioni di clienti in tutta Europa.

Il team della divisione di The Big Now ha firmato una campagna multisoggetto che integra i canali digital, radio, stampa e out of home

Il concept

Creando un parallelo con il mondo della cucina, e ispirandosi alle categorie valutate dallo chef nel suo programma tv, la campagna firmata dal team di Low si sviluppa attorno al concept creativo "Occhiali da 10" ponendo al centro della strategia di comunicazione un video-hero di 30". Con la regia di Flavio Nani, il video realizzato da The Big Angle, la casa di produzione di The Big Now, si apre con Alessandro Borghese che effettua l'esame della vista. La tecnologia avanzata

di Fielmann viene ironicamente sostituita da una tavola ottometrica a tema food. Un ottico specializzato offre una consulenza a chef Borghese, fino alla scelta dei nuovi occhiali Fielmann.

Strategia video social

Accanto al video-hero, la campagna di comunicazione ha previsto anche l'ideazione di 10 video in pillole, sempre con protagonista Borghese, e realizzate in un formato ad hoc pensato per la social adv su Instagram e Facebook, uno spot radio, una campagna stampa e una campagna Out-Of-Home multisoggetto che per tutto il 2019 sarà anche declinata su tutti i materiali nei punti vendita enfatizzando i 4 asset di Fielmann: stile, prezzo, qualità, servizio. Il planning è a cura di Zenith, partner dell'azienda a livello europeo.

Due nuovi modelli

In occasione del lancio della campagna, Fielmann ha sviluppato con il designer italiano Marco Collavo e partner italiani di produzione di lunga data due nuovi modelli 100% Made in Italy. Per contraddistinguere la collezione, Fielmann ha inserito una piccola montatura-signatura all'interno dell'asta. Gli occhiali sono disponibili nelle filiali Fielmann dal 5 febbraio 2019.

I credits:

Agenzia: Low (The Big Now)
Creative Supervisor: Odeya Dana Bendaud
Copywriter: Beatrice Pettinelli
Art Director: Martina Facco
Account Manager: Caterina Lazeretti
Creative Strategist: Giulia Mandalà
Digital Analyst: Andrea Battista
Graphic Designer: Stefano Bruschi
CdP: The Big Angle
Regia: Flavio Nani
Producer: Francesca Castello