

25 febbraio 2010

Figurella affida a Catoni Associati il budget 2010 per l'attività di comunicazione

Categoria: Comunicazione



La campagna pubblicitaria rinnova la presenza in comunicazione di Figurella, confermando il posizionamento di leadership della marca per professionalità e esperienza nel settore del dimagrimento e del benessere legato alla forma fisica.

Il messaggio declinato in vari soggetti, che presenteranno i programmi e le promozioni Figurella, è rivolto a tutte le donne che desiderano ritrovare la forma per il proprio benessere fisico e che trovano nel metodo naturale Figurella una risposta professionale. I visual della campagna ritraggono donne, con uno stile collage piacevolmente retrò, che ricorda i modelli di carta ritaglio sartoriali. La silhouette, segno identificativo della marca, ritorna come linea tratteggiata che segue il profilo del corpo per suggerire il rimodellamento e la remise en forme personalizzata, in ogni momento della vita delle donne.

Un linguaggio fresco, che strizza l'occhio alla moda, un tono amichevole e confidenziale, un invito a seguire Figurella.

Le scelte creative di questa nuova campagna 2010 partono da una ricerca di mercato che Catoni Associati ha affidato a Initiative, con l'obiettivo di definire il target di comunicazione dei potenziali utenti dei centri Figurella. L'indagine di mercato si è svolta tra Firenze e Milano, è durata tre mesi e si è articolata in cinque diverse fasi:

- analisi del target potenziale di Figurella utilizzando la banca dati Sinottica di Eurisko che ha permesso di delineare, in base agli atteggiamenti e stili di vita, i cluster potenziali di interesse
- analisi del posizionamento attuale di Figurella e dei competitors tra coloro che hanno già frequentato i centri e coloro che non li hanno frequentati
- analisi di vissuto di marca e propensione all'utilizzo dei servizi tra le attuali frequentatrici dei centri Figurella e tra le non frequentatrici
- identificazione dei touchpoints più performanti per veicolare il messaggio pubblicitario ai cluster
- copy test per verificare l'apprezzamento, il gradimento e la propensione ad utilizzare i servizi Figurella

Fondamentale per l'indagine di mercato è stato l'utilizzo di Focus Group. Il primo soggetto della campagna on air a febbraio, promuove l'iniziativa Open Day: "i centri Figurella per tutto il mese di febbraio aprono le porte e offrono alle clienti un trattamento completo in regalo".

Credits:

Cliente: FIGURELLA

Prodotto: Campagna istituzionale e programmi Figurella

Direzione creativa: Francesco Leonini

Art director: Marco Michelini

Copywriter: Francesco Leonini

Fotografia: Carlo Vigni

Mezzi: stampa quotidiana e periodica, affissione esterna, radio, web e progetti speciali.

Per ulteriori informazioni

Ufficio stampa

Alessandra Signorini

signorini@catoniassociati.com

« '2PValue' la ricerca di... NEC Display Solutions presenta il...»

[<- Indietro a: News](#)