



Partecipazione gratuita. Registrati subito!

## Forchets con Bayer Healthcare: campagna per Saniduo



Forchets continua la

sua collaborazione con Bayer Healthcare, occupandosi del lancio di Saniduo febbre e naso chiuso.

Il progetto di comunicazione comprende il materiale di presentazione del prodotto alla forza vendita di Bayer, il materiale pop per le farmacie, la campagna stampa rivolta ai consumatori su riviste specialistiche insieme a quella dedicata ai farmacisti su riviste di settore e la campagna web.

Per una volta il posizionamento prende vita non da una campagna atl, ma dalla comunicazione pdv: una comunicazione per il canale farmacie, rivolta ad un target giovane e attento alle

novità di contenuti.

Il pay off che Forchets ha individuato è: "Via i sintomi dell'influenza, via libera alla tua vita". Il key visual invece ritrae il target (soggetto uomo e soggetto donna, entrambi con segni di costipazione) nell'atto di mettere la pastiglia di SaniDuo nel bicchiere, riproponendo il gesto di chi esprime un desiderio. I desideri hanno attinenza con il loro tempo libero e i loro impegni (giocare a calceetto, vedersi con le amiche, ecc.) che sono messi a repentaglio dall'influenza.

Per la campagna banner, che sarà on-line nel 2010, il concetto rimane lo stesso, ma il protagonista visivo è il pack del prodotto animato in 3D che si presenta.

La pianificazione è di Mediacom. Hanno lavorato al progetto il direttore generale Riccardo Beretta, con la direzione creativa di Pierfrancesco Jelmoni e Francesco Montella, direttore creativo copywriting per l'on-line e l'off-line. La direzione creativa digital è di Giuseppe Bizarro. Responsabile account Ilaria Castiglioni, art director Gaia Reggiani, copywriter Federica Guidolin, web designer Marco Fabris.

Questo nuovo progetto forma parte della collaborazione tra Forchets e Bayer Healthcare iniziata l'anno scorso con l'iniziativa per il sociale Cardiolab.

## Banca Cesare Ponti rinnova il sito Internet con Cap

Cap, attraverso il proprio Special Lab Wmc, ha sviluppato attività di comunicazione on-line per il Gruppo Banca Carige, realizzando il sito internet di Banca Cesare Ponti per il rispetto della "Legge Stanca" sull'accesso delle persone diversamente abili agli strumenti informatici.

Il nuovo sito Internet accessibile è on-line per dare ai navigatori web, anche diversamente abili, un link diretto con i servizi di private banking offerti dall'istituto di credito entrato a far parte del Gruppo Banca Carige.

Per quanto riguarda la comunicazione del nuovo sito, Cap ha realizzato una nuova grafica, riprendendo i concetti fondamentali dell'azienda committente. In

particolare sono state seguite alcune linee-guida, tra cui: fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo; non fare affidamento sul solo colore; usare marcatori e fogli di stile in modo appropriato; assicurarsi che le pagine web si trasformino in maniera elegante e coerente; assicurare l'accessibilità diretta delle interfacce utente incorporate; garantire l'indipendenza da dispositivo;

usare le tecnologie e le raccomandazioni del W3C; fornire informazione per la contestualizzazione e l'orientamento; e fornire chiari meccanismi di navigazione.

Per migliorare l'usabilità del sito, l'architettura delle informazioni è stata riorganizzata e la struttura del sito è stata rivista completamente, in modo da raggruppare le informazioni e rendere la navigazione più agevole.



Banca Cesare Ponti  
PRIVATE BANKING

GRUPPO BANCA CARIGE

COS'ALTRO PUOI  
FARE  
CON VISUAL STUDIO 2010?

SCARICA SUBITO LA BETA 2

Microsoft  
Visual Studio