



Integrated

## "Finalmente a casa", Chateau d'Ax racconta la sua filosofia di total living nella campagna tv da oltre 1,5 milioni e sceglie Iaki e Flag Media

L'azienda presenta la nuova filosofia con la quale vuole accompagnare i propri clienti a vivere al meglio il concetto di accoglienza e di piacere di abitare i propri spazi. Per comunicarla è stata pianificata una campagna tv che prevede due soggetti da 15", il secondo dedicato anche ai saldi invernali.

"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.

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. 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: "Aaaaah, 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" ad un prezzo molto conveniente.

[Guarda il video](#)

**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 Flocchi

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