

<https://www.engage.it/campagne/chateau-dax-racconta-la-sua-filosofia-di-total-living-nella-nuova-campagna-tv.aspx>

CAMPAGNE

08/01/2021



di Cosimo Vestito

## CHATEAU D'AX RACCONTA IL "TOTAL LIVING" NELLA NUOVA CAMPAGNA TV. BUDGET DI OLTRE 1,5 MILIONI DI EURO

Gli spot, in onda sulle principali reti, portano la firma creativa di Iaki e sono pianificati da Flag Media. Gli incarichi assegnati dopo una gara



"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. La creatività della campagna è firmata da Iaki mentre la pianificazione è di Flag Media; entrambe le agenzie si sono aggiudicate i rispettivi incarichi a luglio scorso in seguito a una gara.

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.

Leggi anche: [PUBBLICITÀ 2021, TUTTE LE CAMPAGNE E I NUOVI SPOT IN PARTENZA](#)

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" ad un prezzo molto conveniente.

"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", spiega Maurizio Pietro Motta, AD di Chateau d'Ax.

### CREDITI

- Agenzia: IAKI
- Account Manager: Daniela Caluzzi
- Direzione Creativa: Filippo Fiocchi
- 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

## AZIENDE



## Chateau d'Ax racconta il total living nella nuova campagna televisiva. Iaki e Flag Media sono i nuovi partner pubblicitari

Il noto marchio di arredamento investe oltre 1,5 milioni di euro per gli spot, on air sulle principali reti. Le agenzie scelte dopo gara