



Chateau d'Ax sceglie dopo una

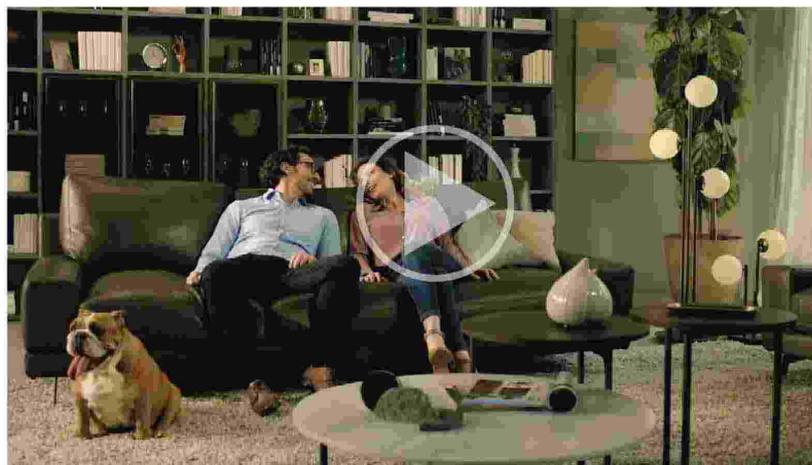
gara Iaki, Flag Media e Diesis, e investe 4 mln di euro nel 2021

— 12

Aziende Chateau d'Ax investe 4 milioni di euro nel 2021 e sceglie dopo gara Iaki, Flag Media e Diesis

“Finalmente a casa” è lo spot già on air che racconta la filosofia di total living del brand

In casa Chateau d'Ax nasce una nuova filosofia, il total living, che 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 con un investimento di oltre un milione e mezzo di euro, mentre il budget per l'intero 2021 è stimabile in 4 milioni. I partner scelti dopo gara per intraprendere questo nuovo percorso di comunicazione sono: Iaki per la creatività, Flag Media per il planning e Diesis per le pubbliche relazioni. “Finalmente a casa” è il claim della nuova campagna, 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, 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



voce over istituzionale di sottolineare i valori del brand quali il design, la qualità e il comfort tutto italiano.

Lo spot

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 super motion 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 diva-

no da diverse angolazioni, così da cogliere espressioni e altri dettagli del living come il tappeto o un tavolino. In quel preciso momento termina il super motion 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.

Il commento

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 sog-

giorno 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

Direzione Creativa: **Filippo Fiocchi**
Senior Copywriter: **Valerio Lualdi**
Senior Art Director: **Alessandro Cerri**
Regia: **Sergio Bosatra**
Direttore della fotografia: **Federico Casella**
Casa di Produzione: **The BigMama**
Musica: **library**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103