

AUTO

SCOUT 24

[www.autoscout24.it](http://www.autoscout24.it)



Nelle immagini, alcuni frame dello spot di lancio della nuova referenza di Danone

## Food Danone lancia DanaOs con Stefania Sandrelli, protagonista del nuovo spot di Y&R

di **Alessandra La Rosa**

**N**egli ultimi dieci anni sono stati tanti i prodotti all'insegna di gusto e benessere lanciati da Danone, a testimonianza della strategia del gruppo votata all'innovazione e all'attenzione alla salute dei consumatori. Con i marchi Actimel, Activia, Danacol, Danette, Danito, Danone, Dan'Up e Vitasnella, Danone offre infatti agli italiani un'ampia gamma di prodotti alimentari, arricchiti con ingredienti naturali che hanno, oltre ai normali benefici dello yogurt, un effetto positivo sulla salute di adulti e bambini. Oggi il gruppo si prepara a lanciare sul mercato una

Regia di Ferzan Ozpetek. Il gruppo investe sul lancio più del 10% del proprio budget media

nuova referenza, pensata per il target femminile ma non solo: è DanaOs, lo yogurt ricco di Calcio (in un vasetto il 50% della RDA) e Vitamina D (il 100% della RDA) per la salute delle ossa. Nel corso di un evento ieri a Milano, l'azienda ha presentato alla stampa la nuova referenza, a scaffale nelle quattro varianti Fragola, Mirtillo, Fiordilatte e Pesca, alla presenza della testimonial Stefania Sandrelli, protagonista dello spot realizzato a supporto del lancio. La campagna, dal titolo "Calcio metro", mira a rendere le donne consapevoli che non sem-

pre si assume ogni giorno la quantità necessaria di calcio: DanaOs rappresenta una valida soluzione a questo problema, dal momento che contiene il 50% del fabbisogno giornaliero di calcio raccomandato, oltre alla vitamina D che ne facilita l'assorbimento nelle ossa. Ad interpretare lo spot è Stefania Sandrelli, alla sua prima esperienza in un commercial, che fa da portavoce al target femminile a cui prevalentemente la comunicazione si rivolge. La celebre attrice è in un negozio di alimentari in compagnia di due amiche, alle quali consiglia

DanaOs quale valido aiuto per raggiungere ogni giorno la quantità suggerita di calcio. Il filmato si conclude col commento: "E poi dicono che alle donne non piace il calcio". Lo spot, diretto dal regista Ferzan Ozpetek, è on air da domenica scorsa sulle principali reti nazionali e satellitari e per la fase di lancio prevede unicamente il formato 30". La firma è di Young & Rubicam Italia, con la produzione di ITC Tools e la produzione 3D di Rumblefish. «La pianificazione di questa campagna durerà tutto l'anno e sarà concentrata sul piccolo schermo - ha spiegato a DailyMedia Luca Casaura, direttore marketing Danone Italia -, anche se fare-

mo qualcosina anche online, ad esempio un sito dedicato firmato FullSix che sarà attivo dal 1° marzo. Su questo lancio investiremo più del 10% del nostro budget annuale di comunicazione». Nel frattempo, sul fronte pubblicitario importanti cambiamenti stanno investendo anche il brand Activia, come ha aggiunto Casaura: «Da domenica è on air un nuovo spot di Activia, che vede la nostra storica testimonial Alessia Marcuzzi affiancata da Geppi Cucciari. È un segno del cambiamento di tono che vogliamo dare alla comunicazione di questo marchio, rendendolo più ironico e divertente». Il gruppo Danone Italia, che ha chiuso il 2009 con una crescita dell'1,7% a valore e dell'1,3% a volume, per quest'anno si pone come obiettivo di replicare i risultati.

Casual



Sportivo



Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Oltre 160 milioni di pagine viste, 3 milioni di utenti unici che navigano per 11 minuti.\*

\* Fonte: nielsen SiteCensus gennaio 2010.

Il punto di riferimento per la ricerca di auto online: [www.autoscout24.it](http://www.autoscout24.it)

AUTO  
SCOUT 24