

Brand Deborah: il media a FLAG e focus su positioning in ambito fashion e design; budget annuale di 1,8 mln

Uno dei
prodotti
Deborah



di Davide Sechi

Dopo aver inaugurato la nuova identità, maggiormente fondata sul concetto di lifestyle (vedere anche DailyMedia del 10 aprile 2008), Deborah punterà quest'anno a valorizzare il suo brand negli aspetti di fashion e design. Un 2009 caratterizzato da nuovi lanci, attività sul punto vendita, partecipazioni a eventi, advertising classico. Intanto l'anno si è aperto con un cambio riguardante il centro media: «Da quest'anno l'agenzia media che ci segue è FLAG, che ci garantisce un ottimo apporto strategico e una buona dose di flessibilità, doti necessarie per un'azienda dinamica come Deborah Group», annuncia Evelina Locatelli, communication specialist di Deborah Group. FLAG ha sostituito Maxus. «Ma non c'è stata alcuna gara, piuttosto si è trattato di un'attribuzione di

L'assegnazione dell'incarico della centrale, che sostituisce Maxus, è stata diretta. Con TAA-Ticia Arigo Advertising a breve su stampa periodica il rossetto Light Creator Shine & Volume

incarico diretta», specifica il manager. Come già scritto, tutte le attività di comunicazione del 2009 avranno come obiettivo la valorizzazione del positioning di Deborah Milano: Fashion & Design. «Per quanto riguarda l'aspetto più fashion della marca, alle tradizionali campagne a supporto dei nuovi prodotti in lancio, sarà affiancata a maggio e giugno la veicolazione e la distribuzione nei punti vendita del lookbook Primavera/Estate 2009. Per questo lookbook, che coniuga moda e make up, abbiamo collaborato con Miss Bikini Original. Con loro abbiamo individuato i look di punta per quest'estate e abbinato indicazioni di make up» spiega Evelina Locatelli. «A sostegno e valorizzazione dell'impegno di Deborah Milano nell'ambito design, momento fondamentale sarà la settimana del Salone del Mobile, ormai in assoluto l'evento più cool di Milano, capace di attirare migliaia di visitatori dall'Italia e dall'estero. Proprio per dare una visibilità internazionale al nostro posizionamento dal 22 al 27 aprile saremo presenti in Via Tortona 16, nel cuore del Fuori Salone, con Anemoni, una mostra che ripercorre i 5 anni di design targato Deborah Milano attraverso i suoi prodotti più significativi. L'evento è curato da Mario Trimarchi e Frida Doveil - Studio Fragile. Con loro si è anche pensato di realizzare un minisito che sarà interamente dedicato all'argomento design e che inaugurerà proprio in

occasione del Salone del Mobile». Capitolo advertising classico: «Sul fronte pubblicitario, a gennaio siamo partiti con il sostegno del segmento fondotinta, mediante la campagna stampa del nuovo Fondotinta Age Reset e la veicolazione dei samples. In seguito abbiamo celebrato la vittoria del premio "Prodotto dell'Anno" nella categoria cosmetici con una campagna stampa dedicata al prodotto vincente, il rossetto liquido "Volume & Colour Lip Plumper". Tra breve saremo on air con la campagna del rossetto Light Creator Shine & Volume. Il mezzo di elezione sarà sicuramente la stampa periodica. Riguar-

do i nostri partner in comunicazione, dal punto di vista creativo intendiamo continuare il sodalizio decennale con l'agenzia TAA-Ticia Arigo Advertising, che segue tutte le attività legate ai marchi Deborah Milano, Deborah Bioetyc e Deborah NAILspace. Ormai TAA riesce a interpretare alla perfezione lo spirito dei nostri brand, coniugando expertise in ambito cosmetico e feeling glamour», sottolinea ancora la communication specialist. Blindati gli investimenti in adv stanziati lo scorso anno: «Confermiamo il budget del 2008» conclude il manager, che a quanto risulta a DailyMedia si aggirerebbe intorno a 1,8 milioni di euro.

Eventi Con Costa Crociere e Tequila Italia in crociera sui campi da sci



Anche quest'anno, in collaborazione con l'agenzia Tequila Italia di Milano, Costa Crociere è tornata con il suo evento "unexpected" sui campi da sci. Partendo dal successo della scorsa edizione in Trentino Alto Adige, quest'anno l'operazione si è estesa anche a Piemonte e Valle d'Aosta. Dal 15

febbraio al 4 marzo, da Courmayeur a Madonna di Campiglio, da Sestriere all'Alpe di Siusi, agli appassionati di sci è capitato di imbattersi, fra una discesa e l'altra, in un fumaiolo gonfiabile alto 4 metri, accompagnato da totem di comunicazione che invitavano a esibirsi in una vera sala d'incisione, fare conoscenza con il Cinema 4D, giocare con la Playstation o provare il brivido della Formula Uno. Queste sono, infatti, solo alcune delle attrazioni che sarà possibile trovare su Costa Luminosa e Costa Pacifica, le nuove ammiraglie della flotta Costa che saranno inaugurate a giugno.