

## BRAND APATICO?

### Brand Neutro Roberts punta su Intensive Beauty: nuovi soggetti per stampa, tv e internet realizzati da Republic

ZenithOptimedia si occupa del planning. Obiettivo futuro del marchio è potenziare la gamma di prodotti per il target donna

di **Alessandra La Rosa**

**D**al 2007, l'anno della sua nascita, la linea Intensive Beauty di Neutro Roberts ha dato al celebre marchio specializzato nella detergenza della pelle non poche soddisfazioni, non ultima la vittoria del premio "Prodotto dell'anno 2009" nel segmento Cura Corpo. Questa linea, che oggi comprende sapone liquido, crema e bal-

samo per il corpo, deodorante, bagnoschiuma e docciaschiuma, ha segnato nella storia di Neutro Roberts una netta virata da un'immagine di brand sostanzialmente familiare ad una più propriamente femminile. E sarà proprio nel segno dei prodotti per il target donna che il marchio muoverà i suoi prossimi passi, come ha spiegato a DailyMedia il direttore marketing Neutro Roberts, incontrato ieri in occasione di un open day per la stampa a

Milano. «Dal punto di vista dei prodotti vorremmo in futuro potenziare la gamma specificamente pensata per la donna - ha dichiarato -. In questo contesto, Intensive Beauty rappresenta la nostra linea principe, sulla quale concentriamo il grosso dei nostri sforzi e degli investimenti pubblicitari. Siamo appena stati on air su stampa e in tv con una campagna che, tra l'altro, comunicava la vittoria del premio "Prodotto dell'anno 2009", un riconoscimento di cui andiamo molto fieri, e prossimamente torneremo in pianificazione con nuovi soggetti». Il planning, che prenderà il via all'interno del periodo di stagionalità dei prodotti (tradizionalmente da marzo a settembre), toccherà anche in

questo caso la televisione e la stampa quotidiana e periodica, a cui si aggiungerà anche il web. Neutro Roberts, infatti, conferma il suo interesse al mezzo internet: recentissima, tra l'altro, è l'attivazione del nuovo sito, in cui, oltre a informazioni sullo storico brand e sui suoi prodotti, è veicolato anche un concorso in partnership con il circuito di centri benessere Win. Acquistando tre articoli Neutro Roberts di cui almeno uno della linea Intensive Beauty, infatti, dal 1 aprile al 31 agosto è possibile vincere dei trattamenti benessere. Neutro Roberts collabora con Republic del gruppo Publicis per la creatività delle campagne e con ZenithOptimedia per le pianificazioni. Il nuovo sito web, invece, è firmato Nurun.



## LUXURY THERAPY



C'è una nuova destinazione sul web in grado di "guarire" i brand del lusso. Immagini esclusive e contenuti di qualità, aggiornati quotidianamente, ti permetteranno di raggiungere un target di oltre 300.000\* consumatori appassionati di moda, bellezza, viaggi e bien vivre.

**THINKLUX**  
The luxury [R]evolution

\* fonte: Nielsen Online SiteCensus, dati Febbraio 2009. Per informazioni contattare: marketing@thinklux.com