

[Adv] Heads Collective firma la campagna A/I 2010 di OVS Industry



**Heads Collective**, lo studio di comunicazione e design di Treviso, firma per la settima stagione consecutiva la nuova campagna A/I 2010 di **OVS Industry**. Dopo le 'storie' di Parigi, Los Angeles, New York, Marsiglia, Berlino e Capri, la campagna ritrae la 'realtà' della vita quotidiana, non utilizza infatti modelli ma persone vere, diverse per età, professione, attitudine e anche notorietà. All'interno della stessa troviamo infatti anche alcuni personaggi eccellenti - come ad esempio **Nicolas Vaporidis**, **Ginevra Elkann**, **Anna Cataldi** e **Jacaranda Caracciolo Falk**, **Alessandra D'Urso**, **Jessica Einaudi**, **Federico Scrocco**, **Joel Berg** -

ma trattati anche loro allo stesso modo, come persone colte nella realtà della loro vita quotidiana. Lo stile fotografico si evolve grazie al contributo del fotografo americano **Scott Schuman**, divenuto ormai un punto di riferimento nel mondo della moda. La 'responsabilità' di OVS industry si manifesta in questa campagna anche attraverso il sostegno a **Save the Children**, la più grande organizzazione internazionale indipendente che lavora dal 1919 per migliorare concretamente la vita dei bambini in Italia e nel mondo, e ad altre istituzioni no profit a cui i testimonial hanno scelto di devolvere i loro compensi.



[ Sponsor ] **RE/MAX** per le qualificazioni agli Europei di calcio 2012

**RE/MAX** continua il suo impegno nel mondo dello sport e dopo sci, Formula 1 e golf, scende in campo nel calcio in occasione delle qualificazioni agli Europei del 2012. Il network di franchising immobiliare internazionale sarà infatti presente durante 27 incontri qualificatori dei prossimi campionati Europei, da settembre 2010 a ottobre 2011, con la mongolfiera e il logo RE/MAX riprodotti su banner a bordo campo e dietro le linee di porta, su cartelloni fissi o a LED a seconda della partita. In particolare, la campagna statica prevede la presenza di 4 cartelloni da 6 x 0,9 m posizionati sulle linee laterali e sulle linee di porta, mentre i cartelloni a LED prevedono 4 minuti

di animazione del marchio per un totale di 240 metri a bordo campo. Tutte le partite saranno trasmesse dalle emittenti televisive delle nazioni in campo. "L'impegno nel mondo dello sport ha una lunga tradizione nel network RE/MAX, e dopo i recenti impegni nello sci alpino, la Formula 1 e il golf, RE/MAX non poteva certo mancare all'appuntamento con l'evento calcistico che selezionerà le 16 squadre destinate a giocare il titolo di 'Regina d'Europa' in Polonia e Ucraina nel 2012", sottolinea **Fulvio Origo**, responsabile marketing di RE/MAX Italia. Il calcio d'inizio è fissato per domani, con il debutto dell'Italia di Prandelli contro l'Estonia

**spamm**

Il 95% delle persone non si fida della pubblicità.\*

Neanche noi.

\*Your Brand: At Risk or Ready for Growth? / Alterian, 2010

**imille** Creative Agency for Emerging Media