

# SPOT and WEB

Anno 4 - numero 198  
giovedì 13 novembre 2008 - pag. 12

## Kettydo per "Togo Guizzo Award" di Togo e MyMovies

È on-line il sito [www.togo.it](http://www.togo.it) dove è possibile farsi consigliare i film "con quel guizzo in più" e votare quelli che sono maggiormente piaciuti. La votazione è sempre aperta al pubblico che potrà decretare giorno per giorno qual è il film da non perdere. La campagna ideata da Kettydo lega il brand Togo al cinema con un'iniziativa partita on-line a ottobre, che continuerà nelle sale cinematografiche per tutto il 2009. "L'obiettivo che il cliente ci ha dato è stato quello di realizzare una campagna di marketing globale che non fosse solo vista dal pubblico, ma anche legata il più possibile ad un social environment ben definito - ha dichiarato Federico Rocco, CEO di Kettydo - Il cinema ci è sembrato fosse il luogo pubblico che più naturalmente sposasse i valori e lo stile del Brand Togo. La scelta di MyMovies come partner è venuta in modo del tutto naturale perché in nessuno altro sito il binomio cinema-internet è tanto stretto e l'apertura al pubblico, al giudizio e alle recensioni dei navigatori tanto sviluppata. La proposta è piaciuta a MyMovies e il cliente ha approvato la nostra scelta. Abbiamo quindi deciso di procedere insieme in questa campagna che ha come target principale proprio gli amanti del cinema così come recita il pay-off di Togo,

con quel guizzo in più". L'intenzione è quella di avviare con il pubblico un rapporto di fiducia e di comunicazione a due vie con la community e proporre anche una newsletter non commerciale, attesa come la dritta di un amico. "Questa iniziativa di comunicazione è il classico esempio di come si possano sfruttare i vantaggi di

internet per campagne cross-media che iniziano online e continuano anche fuori dalla rete - ha dichiarato Pierpaolo Guidi, direttore di MyAds - Il vantaggio principale della comunicazione on-line è proprio quello di attivare una relazione diretta con il proprio pubblico di riferimento. In MyAds ci proponiamo di ideare e proporre altre iniziative analoghe in modo da offrire alle aziende la possibilità di attivare e mantenere una relazione continuativa di scambio e comunicazione one to one con i propri clienti attuali e potenziali. Internet non è la televisione, non è necessario interrompere la visione di un film per comunicare. Internet consente esattamente l'inverso ossia dà modo

ai clienti potenziali di cercarvi e di comunicare con voi. Solo le aziende che riescono ad ascoltare e rispondere fanno la differenza on-line. L'iniziativa Togo Guizzo Award va verso questa direzione, dà voce al pubblico, invece di parlare semplicemente con esso".

