

Mentadent previene per il 30° anno

Sarà supportato da una campagna televisiva e stampa il Mese della prevenzione dentale, iniziativa in programma come di consueto a ottobre che Mentadent dal 1981 organizza insieme all'Associazione nazionale dentisti italiani. Si tratta di un appuntamento importante per il brand di Unilever, che tra attività di advertising classico e di below the line vi destina circa il 30% del budget annuale in comunicazione. La novità di quest'anno è che, abbinato alla visita di controllo, vi è anche un trattamento di sbiancamento gratuito. «Gli italiani in termini di prevenzione sono pigri - ha spiegato Verena Tomasetto, responsabile marketing di Mentadent - e quindi quest'anno proponiamo anche un elemento 'emozionale' in più per spingere i consumatori». Su quest'opportunità gioca lo spot ideato internamente, mentre gli annunci pianificati su stampa quotidiana avranno un approccio più 'educational'. Sul versante digital sarà rivisto invece il sito www.mentadent.it. A supporto è previsto un robusto piano di attività di below the line, che assorbirà circa la metà del budget destinato all'iniziativa, nei punti vendita, nelle farmacie e negli studi dentistici. Attualmente il marchio è on air con uno spot da 15" per il dentifricio Mentadent Anti-Age recentemente lanciato, che aveva già beneficiato nel mese di giugno di un 30" ideato da Lola Madrid. In autunno saranno poi lanciate ulteriori novità di prodotto. Mentadent, ad eccezione del mese di agosto in cui è prevista solo la stampa, sarà in comunicazione in tv fino a fine anno. Il centro media è Mindshare.



Web

E' online il nuovo sito di Why.com, agenzia di comunicazione e marketing di Lecce, associata al gruppo Oltrelinea. Le novità principali sono la scelta di trasporre sul web i 'classici' post-it e la scelta di presentare il portale come un diario virtuale dove annotare i progetti in corso, quelli realizzati e quelli da creare. Inoltre tutti i testi sono introdotti da canzoni, romanzi e film che hanno fatto la storia della cultura italiana, come omaggio al patrimonio intellettuale del nostro Paese e per stemperare lo stile british del layout grafico.

E' online anche Marketingreloaded.com, il nuovo sito del progetto che raggruppa professionisti e appassionati di marketing e tecnologia, realizzato da Connexia. Tra le novità, oltre alla ridefinizione della veste grafica e all'aggiunta di funzionalità che permettono la pubblicazione di contenuti multimediali, il portale offre la possibilità di condividere i contenuti su Facebook, YouTube e Slideshare.