

CAMPAGNA KRAFT FOODS PER I COMPLEANNI DI PHILADELPHIA E SOTTILETTE

Mitico Anniversario, firma Jwt/Rmg Connect

OLTRE AI BANNER, ATTIVATO UN CONCORSO VIRALE PER CONDIVIDERE I RICORDI DI UN ANNO SPECIALE

Doppio compleanno in casa **Kraft Foods: Philadelphia** e **Sottilette** compiono rispettivamente 40 e 50 anni. La campagna di comunicazione ideata da **Jwt/Rmg Connect** per questo "Mitico Anniversario" si sviluppa su differenti mezzi per coinvolgere i consumatori e invitarli a festeggiare i due storici brand Kraft Foods. Cuore dell'iniziativa è un concorso on pack a cui è possibile partecipare attraverso

il sito **www.mitico-anniversario.it**, online dal 7 febbraio o attraverso sms. Dopo aver acquistato una confezione a scelta tra Philadelphia Regular, Light, Balance e Fantasie o Sottilette Le classiche, Le Cremose, Fila e Fondi e Light, i consumatori potranno giocare il codice che troveranno nel pack e scoprire subito se hanno vinto uno dei premi in palio: radio **Briovega**, frigoriferi **Smeg** e una **Fiat 500**. Per rendere virale



I ricordi degli utenti saranno raccolti nella Mythic Box

l'anniversario e il concorso a esso legato, sul sito è stata pensata una sezione entertaining, online dal 28 febbraio, grazie alla quale l'utente potrà rivivere il

sapore di un anno per lui particolarmente importante: gli basterà indicare l'anno e un'applicazione ricercherà online video e immagini relativi a esso. Il tutto

sarà inserito all'interno della **Mythic Box**, una speciale scatola virtuale che potrà essere condivisa con gli amici su **Facebook** o via e-mail. **Jakala Marketing Solutions** ha contribuito all'operazione promozionale, ideando il nome, il logo e i premi in palio. Il concorso, valido fino all'8 maggio, è veicolato anche attraverso banner, tag tv e una campagna radio on air nel circuito dei principali supermercati italiani.

LA TESTATA SEGUIRÀ LE FASHION WEEK ATTRAVERSO LE SUE PIATTAFORME

New York, Parigi, Londra e Milano: Veraclasses.it è presente

SITO, SOCIAL NETWORK, IPAD E SMARTPHONE PER OFFRIRE CONTENUTI IN OGNI LUOGO AGLI APPASSIONATI DI MODA

Veraclasses.it segue con grande attenzione e interesse le Fashion Week, da cui emergeranno tutti gli spunti sulle prossime tendenze in fatto di moda, colori, accessori, trucchi e acconciature del prossimo autunno/inverno. Attraverso una piattaforma tecnologica integrata che si articola tra web, social network e smartphone, il sito informerà i suoi oltre 500 mila lettori mensili (fonte **Audiweb**) e raggiungerà i suoi oltre 5 mila fan su **Facebook**, offrendo aggiornamenti in real time sulle novità che sfileranno in passerella durante la carrellata di Fashion Week di New York, Parigi, Londra e Milano. Le sfilate di Milano Moda Donna rappresentano in particolare un appuntamento imperdibile per gli amanti della moda ita-



liana che Veraclasses.it vuol far vivere in maniera intensa e avvolgente alle proprie lettrici sfruttando la possibilità di seguire gli aggiornamenti in diretta dal proprio **iPhone**, smartphone con tecnologia **Android** by **Google**, con la tavoletta **iPad**, o ancora condividere le emozioni o i com-

menti sulle sfilate nella community di **Facebook**. Cinque è il numero fortunato di Veraclasses.it, perché oltre ai 5.000 fan su Facebook vanta circa 5.000 download a favore delle sue applicazioni **Apple** e **Android** e sono più di 500.000 i lettori mensili che seguono trend, design, mode e novità proposte dal sito, che può già essere letto parzialmente in inglese grazie alla variante veraclasses.com. Su questa piattaforma a farla da padrone sono le lettrici provenienti dalla Cina e dall'India che, evidentemente, apprezzano la creatività e l'originalità italiana. Merita infine ricordare che Veraclasses è media partner delle tre edizioni di **VicenzaOro**, oltre che partner del **Salone Internazionale della Nautica** di Venezia.