

CHI SIAMO AUTORI CONTATTI

SEARCH

Cinemamente

PREMIUM A 36€ 18€ AL MESE 50% DI SCONTO PER 6 MESI ABBONATI ORA SOLO ONLINE

News Trailer Recensioni Video Rubriche Festival Box Office Home Video Archivio Film

Drammatico Commedia Thriller Documentario Azione Animazione Horror Fantascienza Avventura Fantasy Cinecomico Romantico

BREAKING NEWS "Troy" in lingua originale nel del circuito UCI

Tom Cruise non si risparmia sul set: 6 minuti di apnea per "Mission: Impossible - Rogue Nation"

Tarantino e la sua l'analogico: fornir sale per la visione

Pubblicato il 04/06/2015 da La Redazione in News

International Grand Prix Advertising Strategies: Pupi Avati vince il premio Comunicazione e Cinema

SEGUICI

f t y g+

CERCA NEL SITO

Top Film

INTERNATIONAL GRAND PRIX ADVERTISING STRATEGIES: PUPI AVATI VINCE IL PREMIO COMUNICAZIONE E CINEMA

Ieri sera, mercoledì 3 giugno, in occasione della XVIII Edizione dell'International Grand Prix Advertising Strategies, Pupi Avati è stato insignito del premio Comunicazione e Cinema e con l'occasione ha presentato in anteprima lo spot girato per Trenitalia. Nella cornice del Barclays Teatro Nazionale sono stati infatti assegnati i riconoscimenti ai personaggi del mondo dello spettacolo (Marcuzzi, Elio e le Storie Tese, Avati) e alle migliori campagne di comunicazione. La serata dedicata al più importante premio in Italia relativo alla marca e alla sua comunicazione è stata condotta da Piero Chiambretti.

Il vincitore di questa edizione è stato lo spot Hearing Hands, prodotto da Casta Diva Group. "Realizzato per Samsung Turchia dalla Dinamo Istanbul, parte di Casta Diva Group – hanno dichiarato De Micheli e Oddo rispettivamente AD e Presidente di Casta Diva Group – lo spot aveva lo scopo di annunciare un nuovo servizio sociale dedicato ai non udenti: un video call center in cui gli operatori conoscono il linguaggio dei segni. A

distanza di poche settimane dalla pubblicazione online il video è diventato virale (raggiungendo più di dieci milioni di visualizzazioni tra Facebook, YouTube e altri social) e ha fatto parlare la stampa di tutto il mondo dall'Inquisitor all' Huffington Post, dal Daily Mail al Time.”