



## PARTE LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA POLICE SU TV, STAMPA E INTERNET

Domenica 15 aprile parte la campagna pubblicitaria Police.

Il noto marchio del Gruppo De Rigo andrà in onda sulle reti Mediaset per circa un mese. Lo spot, sulla falsariga dei più popolari music-clip, è giocato sui contrasti: lui e lei in primo piano si muovono lentamente mentre dietro di loro scorre una New York frenetica quasi a dare l'idea che chi indossa Police riesce a distinguersi nel caos della metropoli. Al centro della scena, in un gioco di colori, predominano il rosso e l'acciaio degli occhiali Police.

Il video è stato girato allo Smashbox Studio di Los Angeles mentre gli effetti dello sfondo, girati a New York, sono stati montati successivamente. Le riprese e la regia sono state curate dal regista pubblicitario Miro, mentre per la creatività è stata incaricata l'agenzia Zanon & Partners sotto la supervisione dell'art director Riccardo Zanini.

La campagna televisiva, costituita da 300 spot concentrati nelle fasce orarie di massimo ascolto, andrà in onda nei break pubblicitari di trasmissioni quali ControCampo, Le Iene, il Grande Fratello, Motomondiale, Striscia la Notizia. La copertura prevista è dell' 83% sul target, con oltre 11 milioni di contatti per settimana e l'investimento complessivo è superiore ai due milioni di Euro.

Per quanto riguarda la carta stampata ed internet sarà Antonio Banderas il protagonista dei visual Police. La campagna comparirà infatti anche sui principali mensili e settimanali quali Panorama, Chi, Espresso, Men's Health, Max, XL e Cosmopolitan tra aprile ed agosto oltre che sui siti di Repubblica.it, Vogue e Vanity Fair (Style.it).

Le immagini presentano un Banderas affascinante e sexy che, assieme alla top model Deanna Miller, interpreta l'American Dream, il Leitmotiv della campagna.

L'attore spagnolo, proprio come vuole il concept del marchio Police, davanti all'obiettivo si trasforma da ragazzo ironico e divertente, a passionale latin lover, a duro ribelle di strada.