

## A Kube Libre il lancio della nuova Panda in Italia

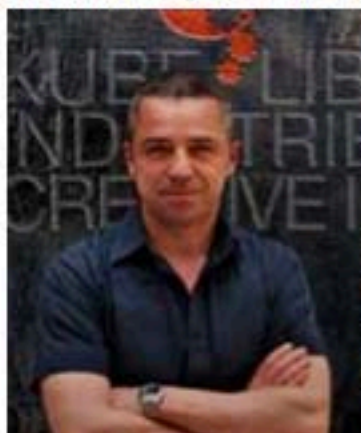
14/12/2011

L'agenzia di **Luciano Nardi** si è aggiudicata l'incarico di firmare la campagna per il mercato italiano della vettura vincendo la gara a cui hanno partecipato anche **Leo Burnett**, **Armando Testa**, **Independent Ideas**, **Krow**. Il nuovo format, con al centro i valori Panda, debutterà a fine gennaio. Prosegue la gara per la campagna di lancio internazionale.



Oggi 14 dicembre, a Pomigliano d'Arco è di scena la **Nuova Panda**. Il modello di punta di casa **Fiat**, già svelato in anteprima al Salone di Francoforte, è protagonista di una tre giorni dedicata alla stampa che oggi prevede un evento con i giornalisti italiani a cui parteciperanno anche l'ad del Gruppo **Sergio Marchionne** e il presidente **John Elkann**. La vettura, ricordiamo, sarà prodotta proprio a Pomigliano, dove il Gruppo ha convogliato ben 700 milioni di euro di investimenti.

All'evento seguirà a fine gennaio 2012 il lancio della campagna pubblicitaria pensata per il mercato italiano, che porterà la firma di **Kube Libre**. L'agenzia guidata da **Luciano Nardi** (nella foto), si è infatti aggiudicata l'incarico vincendo una gara avviata alcuni mesi fa, a cui hanno partecipato le altre agenzie di riferimento del Gruppo Fiat: **Leo Burnett**, che ha seguito Panda negli ultimi anni e che firma per Jeep, **Armando Testa** (agenzia di Lancia e Alfa Romeo) **Independent Ideas** (che firma per i modelli di 500C) **Krow**.



La comunicazione, che dovrebbe partire in corrispondenza del porte aperte del 28 e 29 gennaio, come ha spiegato ad ADVexpress **Rino Drogo**, marketing communication manager Fiat e Lancia, si preannuncia un progetto multimediale di grande respiro, che non si avvarrà di testimonial per concentrarsi invece sui valori che la nuova Panda rappresenta: il lavoro e l'orgoglio e la stessa Panda.

Le ultime campagne della vettura, ricordiamo, giocavano con un format umoristico all'insegna del claim 'Panda, auto ufficiale per fare quello che ti pare', in aggiunta alla voce ironica di Piero Chiambretti, mentre la nuova campagna dovrebbe orientarsi verso un tono più istituzionale.

La pianificazione, gestita da **Maxus Mc2**, riguarderà tutti i principali mezzi, compreso il web, con un budget che si annuncia molto sostanzioso. La casa di produzione è **Movie Magic**.

E' ancora in corso, invece, la seconda gara avviata da Fiat per la campagna internazionale dell'auto. L'assegnazione dovrebbe avvenire entro l'anno e la selezione è in corso tra le stesse strutture coinvolte per la campagna nazionale, anche se si sarebbe giunti a una shortlist a due.