

La creatività che vince

Consegnati il 17 dicembre, al cinema Orfeo di Milano, i premi della trentanovesima edizione del Key Award, il più completo riconoscimento italiano dedicato esclusivamente ai film pubblicitari. Le campagne iscritte sono state circa duecento e la serata di gala è stata presentata da una coppia d'eccezione: l'attore conduttore Beppe Convertini e la 'pupa' Mary Carbone.

DI GIANNI MARTINELLI

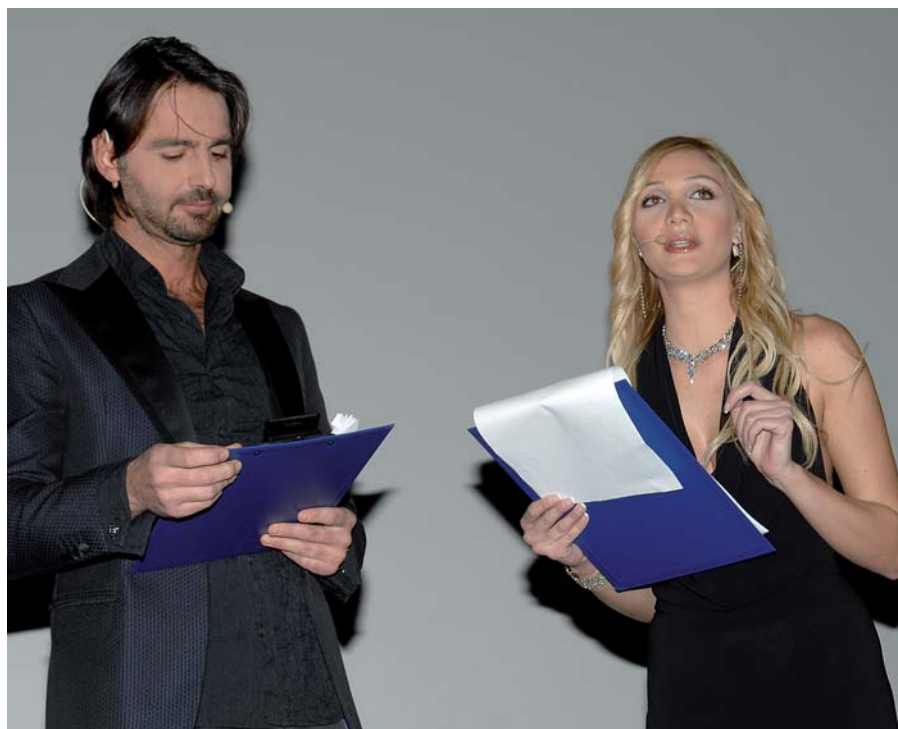
Lunedì 17 dicembre, al cinema Orfeo di Milano, in un'atmosfera di grande attesa e suspense, si è tenuta la premiazione dei vincitori del 39° Key Award, il più completo riconoscimento italiano dedicato esclusivamente ai film pubblicitari. Il Key Award ha lo scopo di stimolare la creatività nell'ideazione e nella realizzazione dei film pubblicitari per la tv, per il cinema, per il web e per il mobile, in modo da migliorarne l'efficacia comunicazionale e la qualità tecnica ed estetica, favorendo così lo sviluppo e l'affermazione di un 'made in Italy' dello spot. La manifestazione si inserisce in modo originale nel panorama dei festival per la sua caratteristica di 'anteprima' in grado di evidenziare le novità e le tendenze del mondo dello spot. Tutte le campagne sono state votate da due giurie, una composta da direttori di testate, giornalisti e docenti universitari e l'altra formata da esperti della comunicazione, della produzione e dai direttori creativi. Le due giurie hanno selezionato i vincitori nelle categorie merceologiche e tecniche del Key Award. Molte sono state le novità di questa 39ª edizione, tra le quali ricordiamo innanzitutto l'introduzione della nuova sezione 'Post produzione', nella quale le case di post produzione potevano iscrivere, oltre ai film pubblicitari, anche sigle tv e video-clip che contenevano effetti speciali e animazioni. Un'altra nuova entrata è stata la categoria 'Spot Online', riservata ai film che hanno i diritti web e

che sono stati veicolati sul mezzo internet. Il galà dei winner è stato organizzato da Media Key Events in collaborazione con Kodak, Rai Trade, Studio Ascì, Sponsorshop e Mediakey.tv, emittente web del gruppo Media Key, unica del settore in full screen. La serata è stata presentata da un duo d'eccezione: Beppe Convertini, conduttore e attore, ormai una sicurezza per il Key Award, e l'affascinante Mary Carbone, una delle protagoniste del reality di Italia 1 *La pupa e il secchione*.

Roberto Albano, Presidente di Media Key e del Key Award, ha aperto il galà sottolinean-

do con soddisfazione alcuni numeri della manifestazione: "Quella di stasera è la trentanovesima edizione del Key Award. La prossima sarà la quarantesima e dunque, essendo semestrale, sono venti anni consecutivi che ogni sei mesi circa ci incontriamo qui. A oggi le giurie del Key Award hanno visionato e giudicato un totale di ben 12.000 film, oltre naturalmente ai siti e alle comunicazioni online dell'Interactive Key Award, giunto ormai all'ottava edizione, e alle campagne stampa e affissioni del Press & Outdoor Key Award, giunto alla quinta edizione".

Albano si è poi rivolto ai giovani che vogliono entrare nel 'magico mondo della pubblicità' invitandoli a lavorare a testa bassa e con grande umiltà per arrivare a ottenere il successo sperato, senza però avere paura di mettere in mostra il proprio talento. A questo proposito è stato ricordato che i giovani creativi italiani hanno vinto l'ultima edizione della Young Creatives Competition di Cannes, e questo, oltre a renderci orgogliosi, fa ben sperare per il futuro.



Beppe Convertini e Mary Carbone hanno condotto la 39ª edizione del Key Award che si è tenuta al cinema Orfeo di Milano il 17 dicembre 2007.



A sinistra, Ivana Di Girolami, Responsabile vendite archivio e news di Rai Trade, che ha consegnato a Birra Peroni il premio speciale Rai Trade Award. Sotto, Dino Betti van der Noot, Presidente di B Communications, che ha introdotto la categoria 'Animazione'.

Quest'anno le campagne iscritte al Key Award sono state circa duecento nelle 14 categorie, oltre a tre premi speciali e all'ambito riconoscimento Performance Key Award. Presentiamo adesso tutti i vincitori, iniziando proprio da un premio speciale...

Il premio speciale Rai Trade Award a Birra Peroni

Birra Peroni con lo spot 'Cuore' si è aggiudicata il primo riconoscimento della serata, il Rai Trade Award. La motivazione è la seguente: "Per avere descritto in modo caldo e coinvol-

gente la passione degli italiani per il calcio. Per essere riusciti a legare un brand italianissimo a una tra le più vivaci tradizioni del nostro paese, una delle poche che ci unisce tutti. Per

avere riproposto i valori più sani e positivi che la nazionale rappresenta e averlo fatto in modo intelligente ed efficace". Ivana Di Girolami, Responsabile vendite archivio e news di Rai Trade, è salita sul palco per consegnare la scultura a Federico Fanti, Art director



A lato, Giovanna Rimoldi, Responsabile marketing per la divisione Entertainment Imaging di Kodak. Il premio speciale Kodak Vision Award, che intende valorizzare l'uso della fotografia nella comunicazione pubblicitaria, è stato attribuito allo spot di Divani Natuzzi.

dell'agenzia McCann Erickson Italia, e i diplomi a Sabrina Fontana, Brand manager di Birra Peroni, e a Riccardo Besso della casa di produzione McPost.

Per l'animazione vincono

Le Braghe Corte

La categoria 'Animazione' era una delle novità della trentanovesima edizione del Key Award. A contendersi la vittoria c'erano tre prodotti di assoluto rilievo: lo spot di Ferretti Group '9 entities 1 leader' e due videoclip musicali, 'These boots are made for walking' e 'Bu Ma Deme'. And the winner is: 'These boots are made for walking' del gruppo Le Braghe Corte, una band ska/rock di sette elementi, divertente e adrenalinica, che si sta imponendo sempre più all'attenzione generale. Nel video è presente anche Rocco Siffredi, icona porno nazionale, che interpreta un gangster al tempo del proibizionismo americano. Dino Betti van der Noot, Presidente di B Communications, ha premiato con la scultura e il diploma Samuele Gottardello, Executive producer e regista della casa di produzione

Controcampo. Sul palco sono saliti anche Elena Ceschelli di Controcampo, Eugenio Passarini e Valerio Trentini di Le Braghe Corte, e il gruppo delle Sick Girls.

A Divani Natuzzi il premio speciale Kodak Vision Award

Divani Natuzzi con lo spot 'Noi e Voi' si è aggiudicato l'ambito riconoscimento Kodak Vision Award. La motivazione è la seguente: "Per questo film è stato dato ascolto al significato originale di fotografia: Foto-Grafia, cioè la grafia della luce. E così si è scelto di premiare le storie, il racconto dei valori di marca, come l'amore del bello e l'armonia in tutte le sue forme, con immagini di grande impatto visivo, privilegiando l'emozione della luce, molto calda e avvolgente. Proprio come il prodotto rappresentato". Giovanna Rimoldi, Responsabile marketing per la divisione Entertainment Imaging di Kodak, ha sottolineato come questo premio sia stato istituito da Kodak per evidenziare e incoraggiare la qualità della fotografia quale elemento integrante e sinergico per il successo di un film pubblicitario. La scultura è stata ritirata da Giovanni Bedeschi per conto di Alessandro Bolzoni, Direttore della fotografia dello spot Natuzzi, mentre i diplomi sono andati a Manuela Murelli, Executive producer della cdp Bedeschifilm, a Pietro Maestri, Direttore creativo ed esecutivo dell'agenzia JWT Italia, all'Art director Marco Viganò e alla Copywriter Brunella Maddalena.

Fisioal Plus trionfa negli Spot Online

Insieme alla categoria 'Animazione', la seconda novità del trentanovesimo Key Award è la presenza della nuova categoria 'Spot Online'. La pubblicità sul web ha fatto grandi progressi in questi ultimi anni e quindi era inevitabile che prima o poi diventasse protagonista assoluta. Nella shortlist dei candidati al premio figuravano gli spot di Lancia New Musa, Fisioal Plus e New Iveco Stralis. And the winner is: Fisioal Plus con lo spot 'Soiree'. Il payoff dello spot, 'Chi ha detto che solo gli uomini hanno la fissazione per il calcio?', gioca appunto sulla doppia valenza della parola 'calcio' intesa sia come sport di squadra sia come elemento chimico importante per l'alimentazione e la salute di ognuno di noi. A premiare i vincitori è salito sul palco uno dei più importanti creativi italiani, Lorenzo Marini, Presidente e Direttore creativo dell'agenzia Lorenzo Marini & Associati. Ha ritirato la scultura Luca Morgavi, Direttore generale dell'agenzia Ideamorphosy, mentre i diplomi sono andati ad Alessia Schettini, Account supervisor di Ideamorphosy, e ad Annalisa De Maria, Producer della cdp Mercurio SPQR.

Bevande: Lavazza e il Caffè Oro vincono ancora

Gli spot Lavazza sono un cult nel panorama pubblicitario italiano, dal mitico Nino Manfredi con lo slogan 'Più lo mandi giù e più ti tira su' alle attuali gag paradisiache di Paolo Bonolis e Luca Laurenti. Non poteva che essere quindi Lavazza il vincitore della categoria 'Bevande' del Key Award nonostante la

Sotto, l'attrice e showgirl Sylvie Lubamba (al centro), nota per aver partecipato al reality show 'La talpa', che ha annunciato il vincitore nella categoria 'Alimentari'.



Sopra, Lorenzo Marini in compagnia di Beppe Convertini. Il Direttore creativo di Lorenzo Marini & Associati ha introdotto il premio della categoria 'Spot Online'. A fianco, Walter Pancini, Direttore generale di Auditel, testimonial per la categoria 'Bevande'.



presenza in nomination di spot di assoluto valore quali 'Dieta' di Crodino e 'Lancio' di Acqua Lilia. Ma la comicità della coppia Bonolis-Laurenti ha avuto la meglio anche quest'anno con lo spot 'Orientale', nel quale i due si fanno beffa di un imbranato cinese che propone loro il 'Caffè Olo' invece che il 'Caffè Oro'. Laurenti finisce come al solito per mandare in depressione Bonolis quando confonde la terra di provenienza dell'orientale, credendo che quest'ultimo venga da Terracina invece che dalla Cina. A consegnare il premio è giunto Walter Pancini, Direttore generale di Auditel. Ha ritirato la scultura e il diploma Nicole Lord, Producer della cdp FilmMaster.

Alimentari: Kakà Pallone d'Oro anche per Ringo

Le vittorie per il milanista Kakà nel 2007 sembrano non finire mai. Oltre a essersi aggiudicato la Champions League, il Mondiale per Club, il Pallone d'Oro e il Fifa World Player, l'attuale migliore giocatore di calcio del mondo è presente come testimonial anche nello spot che ha conquistato il Key Award nella categoria 'Alimentari': 'Do you Ringo?' di Ringo Pavesi. In questo film, l'incarto dei biscotti Ringo diventa una palla con cui Kakà e altri ragazzi iniziano a giocare a calcio per le strade della città, coinvolgendo anche i passanti. Kakà è il testimonial perfetto perché impersona idealmente il Ringo Boy cresciuto: è un ragazzo perbene, ha una bella faccia, pratica un gioco pulito. Il calcio usato come





A sinistra, Rocco Casalino, uno dei personaggi più amati del 'Grande Fratello', è stato il testimonial della categoria 'Family Lifestyle'. A destra, Francesco Specchia, vice caporedattore di 'Libero', ha consegnato il premio al vincitore della categoria 'Trasporto ed Energia'.

Beghelli illumina il Family Lifestyle

Rocco Casalino, uno dei personaggi più amati e controversi del primo *Grande Fratello*, è salito sul palco per premiare i vincitori della categoria 'Family Lifestyle'. Rocco ha ricordato che da gennaio inizierà la sua collaborazione come giornalista insieme a Lamberto Sposini per l'emittente locale Telenorba e si è detto emozionato e molto motivato per questa nuova esperienza professionale. Sono stati quindi presentati gli spot presenti nella shortlist: Lasonil con 'Esercitazione', Brioschi con 'Heavy digestion' e Beghelli Immediately con 'Storia'. And the winner is: Beghelli! Sulle note dell'emozionante canzone di Giorgia *Gocce di memoria*, colonna sonora del film *La finestra di fronte* di Ferzan Ozpetek, lo spot ripercorre la storia della 'luce': nel 1600 nasceva la candela, nel 1879 la lampadina, nel 1985 la lampadina a risparmio energetico, che però dava luce piena solo piano piano, e finalmente nel 2006 nasce Immediately Beghelli, la prima lampadina a risparmio energetico che si accende immediatamente. Ha ritirato la scultura e il diploma Mario Poggioli, Executive producer della cdp Central Groucho, mentre un altro diploma è andato ad Andrea Sandri, Amministratore delegato dell'agenzia Max Information.

testimonial in questi spot è un calcio fatto di squadra, dove è importante mettercela tutta, giocare insieme, rispettare i valori di sportività, lealtà, uguaglianza. Ha consegnato il premio l'attrice Sylvie Lubamba, che alla domanda del conduttore Beppe Convertini "Per quali aziende vorresti diventare testimonial pubblicitaria?" non ha esitato a rispondere "Per aziende di profilattici!". I premi per lo spot Ringo sono stati ritirati da Laura Raimondo, Producer della cdp BRW & Partners, da Chiara Pisano, Brand manager Ringo, da Michela Sartorio, Senior copywriter dell'agenzia Nadler Larimer & Martinelli, e da Rita Bertelle, Senior account di Nadler Larimer & Martinelli.



Trasporto ed Energia: trionfa Lancia Musa 'VYP Service'

Prestigiose nomination per la categoria 'Trasporto ed Energia': Alfa Brera 'Sguardi', Fiat Bravo 'Love', Lancia Musa 'VYP Service' ed Eni 30% 'Lullaby'. A spuntarla è stato lo spot di Lancia Musa, che vede come protagonisti due testimonial d'eccezione come Alessandro Gassman e Beatrice Borromeo. Nel film Alessandro si lancia in accappatoio all'inseguimento di un fantomatico ladro di auto che in realtà si rivela essere un meccanico Lancia che sta effettuando il VYP Service, il primo servizio 'sottocasa' che si occupa di tutto: dal tagliando alla manutenzione all'assistenza. Francesco Specchia, vice caporedattore di *Libero*, ha consegnato i premi (scultura e diploma) a Giovanna Pinna, Senior account dell'agenzia Armando Testa. Gli altri diplomi sono stati ritirati da Cinzia Imparato di Lancia Automobiles e da Manuela Luparia di Armando Testa.

Iveco si aggiudica il premio speciale Performance Key Award 2007

Il Performance Key Award viene assegnato all'azienda che si è distinta per una performance particolarmente brillante nel corso dell'anno. Nel 2007 ha trionfato Iveco con la seguente motivazione: "Per gli straordinari risultati di marketing ottenuti nel 2007, trascinati da un aumento degli ordini del 51% e delle vendite del 23% rispetto al 2006, frut-



A lato, Roberto Albano (a destra), Presidente di Media Key e del Key Award, consegna il premio speciale Performance Key Award a Stefano Sterpone, Senior vice president sales & marketing di Iveco, per la brillante performance dell'azienda torinese nel 2007.

to sia di una inedita attività di marketing communication nell'ambito del mercato dei veicoli pesanti, sia dell'eccezionale sponsorship con la nazionale neozelandese di rugby degli All Blacks costruita sulla perfetta coerenza tra i valori espressi dai testimonial e i valori del brand comunicante". E 'Built the same way', 'Ci guidano gli stessi valori', è proprio lo slogan scelto da Iveco per celebrare la partnership. Sono infatti molte le analogie fra gli All Blacks e il mondo Iveco e lo Stralis: le due realtà sono in sintonia nei valori di base da esprimere sul 'campo': determinazione, affidabilità, performance, spirito di squadra e potenza. Lo stesso Roberto Albano ha premiato i vincitori Stefano Sterpone, Senior vice president sales & marketing di Iveco, e Alessandro Cicchetti, Marketing managing di Iveco, con la scultura e il diploma, mentre Alberto De Martini, Amministratore delegato dell'agenzia Red Cell, ha ricevuto l'altro diploma.

Primigi vince nel Beauty & Fashion

Gabriella Mancini, vice caposervizio de *La Gazzetta dello Sport*, ha ricordato come la *Gazzetta* sia oggi il quotidiano più letto in Italia con ben tre milioni di lettori al giorno, grazie alla passione degli italiani per lo sport in generale e alle felici intuizioni del Direttore Carlo Verdelli che ha deciso di inserire nel giornale anche i principali fatti di cronaca, politica, spettacolo e cultura, rendendo in questo modo il quotidiano sempre più completo. Gabriella Mancini ha premiato la categoria 'Beauty & Fashion' che vedeva in nomination Fila 'Palline', Geox 'Campagna uomo' e Pri-

A destra, Adelaide Sciuto, Amministratore unico di Studio Asci, testimonial per la categoria 'Spot Export'. Sotto, Maurizio Badiani (a destra), Direttore creativo dell'agenzia Expansion, che ha consegnato i due premi ex aequo per la categoria 'Campagne istituzionali e sociali'.



Sopra, Gabriella Mancini (a destra), vice caposervizio de *'La Gazzetta dello Sport'*, chiamata ad annunciare il vincitore nella categoria 'Beauty & Fashion'.



migi 'Istituzionale'. And the winner is: Primigi. Il marchio, forte della sua storia e della sua specializzazione nella produzione di scarpe per bambini di alta qualità, si appresta a diventare la marca italiana più apprezzata in tutto il mondo. Le scarpine Primigi sono pensate per bambini che crescono, cambiano, sono proiettati nel futuro. Si tratta di calzature belle da guardare e da indossare, costruite per il benessere dei piccoli e instancabili esploratori per lasciarli liberi di correre e saltare, proteggendoli e accompagnandoli nella straordinaria avventura della vita.

Ha ritirato la scultura e il diploma Giuseppe Papa, Direttore marketing di IMAC, mentre gli altri diplomi sono andati a Sergio Tavazzani, Direttore generale dell'agenzia Marketing Point, a Gloria Scoglio, Account director di Marketing Point, e a Mario Castagna, Executive producer della cdp Altamarea Film.

Spot Export: Fox viaggia in 'Taxi'

Adelaide Sciuto, Amministratore unico di Studio Asci, è salita sul palco e ha improvvisato un simpatico siparietto con Mario Cordova, la voce italiana di importanti attori di Hollywood quali Richard Gere, Jeremy Irons e moltissimi altri. Adelaide Sciuto si è dichiarata pronta a dire le parole 'Ti amo' in 40 lingue al mondo, sottolineando in questo modo il ruolo di Studio Asci, una Worldwide Content Support Company. Studio Asci serve infatti le web agency, le case di produzione e le agenzie pubblicitarie con le voci del cinema in 40 lingue.

Adelaide Sciuto ha premiato il vincitore della categoria 'Spot Export': Fox International Channels Italy con il soggetto 'Taxi' della campagna 'Let's Get Lost' per il canale Nat Geo





sti quotidiani, attraverso le persone e i luoghi di un viaggio che va dal nord al sud della nostra penisola. Milano, Torino, Venezia, Firenze, Roma e Catania sono alcuni dei luoghi scelti dal regista come scenografia per raccontare la storia del Monte dei Paschi di Siena, una banca contemporanea da 535 anni, che lavora a fianco del paese accompagnando la vita degli italiani per dare risposte concrete alle loro esigenze. Ha ritirato la scultura e il diploma Matteo Modugno, Amministratore delegato ed Executive producer della cdp Flying, mentre gli altri diplomi sono andati a Mario Catoni, Direttore creativo dell'agenzia Catoni Associati, e Francesco Leonini, Copywriter di Catoni Associati.

Finanza, Assicurazioni e GDO: UniCredit Banca batte tutti

A premiare la categoria 'Finanza, Assicurazioni e GDO' è salita sul palco Guenda Gorja, figlia di Maria Teresa Ruta e di Amedeo Gorja. Giovane attrice emergente, Guenda Gorja è rappresentante dell'Italia all'estero anche come apprezzata pianista, avendo suonato in Cina e negli Stati Uniti.

Le nomination erano le seguenti: Systema Soldi in casa 'Inside Money', Assicurazioni Generali 'Nice Life', UniCredit Banca 'Antiquariato', Alleanza Assicurazioni 'Moneta'. And the winner is: UniCredit Banca. Nello spot tutto ruota sempre intorno alla memorabile battuta "Noo... ma lei lavora all'UniCredit Banca?". Il contesto in cui si inserisce il tormentone, in questo caso, è un mercatino dell'antiquariato dove si aggira un curioso Renzo Arbore che però non viene riconosciuto, con sua evidente sorpresa, contrariamente a quanto avviene per la dipendente di UniCredit Banca.

Ha ritirato la scultura e il diploma Roberto Pizzigoni, Direttore creativo dell'agenzia Y&R. Gli altri diplomi sono stati consegnati a Gianni Tofanelli, Responsabile advertising e media di UniCredit Banca, a Sara Pagliuca, Project manager advertising di UniCredit Banca, e a Giorgio Guzzi, Executive producer della cdp NCN Nuovo Cinema Navigli.

Première Food: Cibau di Farmina di Russo Mangimi

È stata poi la volta di un altro dei personaggi più amati del *Grande Fratello*, Fedro, che sul palco ha ricordato la sua attuale collaborazione con Radio Piterpan. Insieme a Marco Baxo,

Adventure. Nello spot, due turisti in evidente difficoltà chiedono a un tassista se parla inglese, francese, italiano, spagnolo ecc. Il tassista risponde 'No' in tutti i casi, ma i due turisti decidono di salire ugualmente sul taxi, proprio per partire per un'avventura sconosciuta. L'agenzia è AM Newton 21. Per la casa di produzione Mercurio SPQR ha ritirato la scultura e il diploma la Producer Annalisa De Maria.

Campagne istituzionali e sociali, Comunicazione pubblica e politica: ex aequo Acea e Banca Monte dei Paschi di Siena

Le nomination della categoria erano le seguenti: Fondazione Pubblicità Progresso 'Let's screen', Coop 'Bravissimi', Banca Monte dei Paschi di Siena 'Una storia italiana' e Acea 'Diamante'. Si sono aggiudicati il premio Banca Monte dei Paschi di Siena e Acea: a premiare i vincitori è stato chiamato sul palco Maurizio Badiani, Direttore creativo dell'agenzia Expansion, giurato della sezione tecnica del Key Award e protagonista della creatività pubblicitaria italiana.

La protagonista dello spot Acea è l'acqua, con il gocciolio di un lavandino. Il suono ritmico della goccia che cade crea un'attesa carica di tensione. Infatti dal rubinetto, invece di una normale goccia d'acqua, si stacca un prezioso diamante che cade vicino al buco dello scarico. Intorno allo scarico altri diamanti piccoli come gocce d'acqua compongono l'immagine finale che veicola in maniera inequivocabile ed evocativa il messaggio sul valore dell'acqua. A ritirare la scultura e il diploma è stata Alessandra Amigoni, Vice direttore creativo e Copywriter dell'agenzia J. Walter Thompson, mentre l'altro diploma è andato a Maurizio Sandri, Responsabile relazioni esterne e comunicazione di Acea.



In alto, l'attrice e pianista Guenda Gorja, testimonial per la categoria 'Finanza, Assicurazioni e GDO'. Sotto, un altro dei partecipanti al 'Grande Fratello', Fedro, ha introdotto la categoria 'Première: Food'.

Lo spot 'Una storia italiana' è invece firmato dal regista Giuseppe Tornatore. Le persone, i luoghi e le emozioni della vita di tutti i giorni, sulle note di Paolo Conte, sono i protagonisti dello spot istituzionale di Banca Monte dei Paschi di Siena, un vero e proprio film attraverso il quale il regista premio Oscar rivela l'emozione e la semplicità di una 'giornata italiana' fatta di piccoli ge-



Fedro conduce infatti un programma radiofonico di due ore e mezzo di risate spensierate, un susseguirsi di messaggi di sfogo e di opinioni su argomenti proposti dagli stessi ascoltatori o dai conduttori, che giocano e scherzano un po' con tutto e tutti, ma soprattutto tra di loro.

Fedro ha premiato la categoria riservata alle campagne food andate in onda nella seconda metà dell'anno e lo spot vincente non poteva che essere simpatico e divertente. Si tratta della campagna 'Happy Pet' per Cibau di Farmina di Russo Mangimi. Nello spot un uomo lancia al proprio cane un piccolo rametto di legno: l'animale però gli riporta un enorme tronco d'albero. La vigoria del cane è ovviamente il risultato della sua buona alimentazione grazie al prodotto Cibau di Farmina. A questo punto al padrone viene un'idea: perché non gettare una bambolina al cane e vedere cosa questi gli riporterà? Lo spot si chiude con il cane che sta trascinando per il vestito una bellissima ragazza... A ritirare dalle mani di Fedro il diploma e la scultura è salita sul palco Vanessa Valerio, Executive producer della cdp Kitefilm. Gli altri diplomi sono andati a Matteo Biasi, Tv producer dell'agenzia Aldo Biasi Comunicazione, e a Clio Cueto, Olga Ceserani e Jenni Raimondo, sempre dell'agenzia Aldo Biasi.

Il premio speciale Editor's Choice a Conad

È stato ancora Roberto Alba-

Sopra, Luca Redavid (a destra), Produttore ed Editore di 'All Casting Magazine', ha consegnato il premio al vincitore della categoria 'Media & Educational'.

no a salire sul palco e a leggere le motivazioni che hanno contribuito ad assegnare a Conad l'ambito premio speciale Editor's Choice: "Per avere reinterpretato in modo originale e spiritoso l'offerta 2x1, tradizionale della grande distribuzione, e per averlo fatto anche in modo estremamente efficace, con un corposo incremento delle vendite".

Nello spot Conad 'Una montagna di convenienza' si mostra ai clienti come i prodotti ven-



gano duplicati nonostante il prezzo rimanga invariato. Addirittura questa 'operazione bis' consente di duplicare anche il cassiere per velocizzare le operazioni! Ha ritirato la scultura Matteo Biasi, Tv producer dell'agenzia Aldo Biasi, mentre i diplomi sono andati a Olga Ceserani, Copywriter dell'agenzia Aldo Biasi, e a Joana Skiavini, Producer della cdp Film-Master.

Seat Pagine Gialle trionfa nella categoria Media & Educational

Il successivo testimonial è stato Luca Redavid, Produttore ed Editore di *All Casting Magazine*, rivista per modelle, attori, registi, filmmaker e agenzie di spettacolo. Si è trattato di un momento molto particolare della serata, perché sul palco sono state chiamate anche venti splendide modelle, che in questo modo hanno potuto farsi ammirare da tutti gli operatori del settore per eventuali occasioni professionali.

Nella shortlist della categoria 'Media & Educational' figuravano i seguenti spot: Fastweb 'Stalla', Pagine Gialle 'Valerie', Nat Geo Adventure 'Taxi' e SKY Calcio 'Vigna'. And the winner is: Seat Pagine Gialle. Il testimonial storico di Seat è, come al solito, Claudio Bisio. Stavolta chiama il numero 89.24.24 per farsi consigliare un buon ristorante francese per la sua nuova amica Valerie. Quando però l'operatrice gli rivela che il prezzo della cena supererà i cento euro, Bisio preferisce dirttare la propria scelta su una più economica e italianissima pizzeria.

Ha ritirato la scultura Marco Malfi, Producer della cdp Indiana Production, mentre il diploma è stato consegnato a Luca Di Natale per l'agenzia SaffirioTortelliVigoriti.

Tempo libero e Campagne promozionali: and the winner is Lottomatica

Per la premiazione della categoria 'Tempo libero e Campagne promozionali' è salito sul palco Riccardo Signoretti, Direttore di *Di Tutto*. Nato nel febbraio 2007, questo nuovo settimanale di gossip edito da Alberto Peruzzo Editore sta ottenendo degli ottimi risultati e si sta imponendo all'attenzione generale. *Di Tutto* è stato pensato per tutti: si propone infatti come sintesi di ciò che accade, settimana per settimana, nel mondo della politica, dello spettacolo, della cronaca e dello sport. Ma presenta anche moda, bellezza, cucina, arredamento e una guida tv.

Tornando alla categoria da premiare, le nomination erano: Utet 'Ritratti', Mediaworld 'Parcheggio' e Lottomatica 'Che corsa!'. Ha trionfato quest'ultimo spot, con il cane alla guida di una moto che vince con estrema fa-

A fianco, Riccardo Signoretti, Direttore di 'Di Tutto', testimonial per la categoria 'Tempo libero e Campagne promozionali'.



Sopra, la foto finale con tutti i vincitori e i partecipanti alla trentanovesima edizione del Key Award. A sinistra, Lia del centro Tutto Trucco di Genova.

Giorgio Borghi, Executive producer. Per l'agenzia SaffirioTortelliVigoriti è salito sul palco l'Art director Christian Popodi, mentre per il cliente Mediaset ha ritirato il diploma Alberto Bruno, Responsabile marketing di

cini, vice caposervizio de *La Gazzetta dello Sport*. Anche in questo caso i vincitori della categoria erano due: Peace Reporter con il film 'Bomba' e Mediaset Premium con lo spot 'Inzaghi'.

Nello spot di Peace Reporter un soldato lancia una granata verso un nemico invisibile. Il problema è che un cane pastore che si aggira nelle vicinanze, pensando si tratti di un gioco, gliela riporta. Il messaggio è molto chiaro: guerra chiama guerra, morte chiama morte, orrore chiama orrore. Ha ritirato la scultura Alain Sanyas, Producer per la cdp Diaviva. I diplomi sono stati consegnati a Fabio Andreini e Sergio Spaccavento dell'agenzia Bcube e a Massimo Notarianni, Direttore responsabile comunicazione di Peace Reporter.

Nello spot di Mediaset Premium, il calciatore Filippo Inzaghi viene invitato da una giuria estremamente qualificata, il cui presidente è 'o Rei' Pelé, a segnare mille goal. Il primo tentativo va a vuoto proprio all'ultimo tiro, mentre il secondo si conclude in maniera positiva grazie a una rete finale realizzata di spalla. L'attaccante del Milan, davanti alle facce sorprese dei giurati, risponde che si tratta assolutamente di uno schema! Hanno ritirato la scultura e il diploma per la cdp Movie Magic Guido Borghi, Presidente, e

cilità una gara di corsa contro i suoi comparì a quattro zampe. Lo slogan "Ti piace vincere facile?" è ormai un must delle campagne per il Gratta e Vinci di Lottomatica.

Ha ritirato la scultura in premio Roberto Pizzigoni, Direttore creativo esecutivo dell'agenzia Y&R, mentre i diplomi sono andati a Marzia Mastrogiacono, Direttore consorzio Lotterie Nazionali, e a Laura Raimondo, Junior producer di BRW & Partners.

Première Non Food: ex aequo Peace Reporter e Mediaset Premium

Per la premiazione della categoria 'Première: Non Food' è tornata sul palco Gabriella Man-

XXXIX Key Award

■ Sponsor ufficiali

Kodak, Rai Trade, Studio Ascì, Sponsorshop e Mediakey.tv

■ Contributi professionali

Regia	Alberto de Maio
Aiuto regia	Tommaso Vitali Salvatore Gugliotta
Speaker	Vittorio Bestoso
Post produzione e sigla	Emmanuel Albano Michele Sala
Service tecnico	Event Management
Jingle della sigla	Music Media
Consulente di Produzione	Antonello Caragnano
Produzione	Raffaella Fracchia Astrid Fiorella
Art director	Stefania Gaia Paltrinieri
Trucco e parrucche	Lia del centro Tutto Trucco Genova
Modelle	Marysthell Garcia Jatta Kakkonen
Hostess	Area Meeting
Fotografi	Giampiero Marchiori Gaia Rosazza Giangros
Catering	Il Credenziere (ramo de Il Maestro di Casa)