

Rusza nowa kampania wizerunkowa marki CIN&CIN. W ramach działań prowadzone będą m.in. szeroka kampania outdoorowa oraz innowacyjna kampania internetowa, promująca nową stronę internetową marki www.OdkrytePragnienia.pl. CIN&CIN przygotował również nowatorski projekt – pierwszą odsłonę Sztuki Uwodzenia CIN&CIN „Odkryte pragnienia”.

Głównym celem kampanii jest podkreślenie wartości budujących markę, takich jak: namiętność, emocje, pasja tworząca się pomiędzy kobietą i mężczyzną w ważnych dla nich chwilach. Twarzą kampanii CIN&CIN, a jednocześnie ambasadorem marki, jest Stefano Terrazzino – pełen pasji i energii, najpopularniejszy w naszym kraju włoski tancerz. Dodatkowo CIN&CIN wprowadził limitowaną edycję wina musującego CIN&CIN Platinum Bianco, w ekskluzywnej platynowej butelce.

Działania ATL bazują na największej w branży kampanii outdoor, która zostanie przeprowadzona w 8 największych miastach Polski na billboardach tradycyjnych oraz wielkoformatowych. Kampanię wizerunkową w prasie branżowej i kobiecej oraz magazynach lifestylowych wesprą działania PR. Wystartuje również specjalna strona internetowa www.OdkrytePragnienia.pl, której będzie towarzyszyć innowacyjna kampania internetowa. Aktywności BTL z kolei zostaną oparte na specjalnych akcjach promocyjnych organizowanych w punktach sprzedaży oraz w wyznaczonych specjalnych strefach „Cin Cin Amore”, gdzie marka rozpocznie konkurs. Będzie można wygrać płyty Stefano Terrazzino.

Produkty marki CIN&CIN są postrzegane jako zmysłowe oraz delikatne, ale również pełne energii i namiętne. Jednym słowem uwodzicielskie. W związku z tym marka CIN&CIN zaplanowała cykl spotkań Sztuka Uwodzenia CIN&CIN. Pierwsza odsłona Sztuki Uwodzenia CIN&CIN „Odkryte pragnienia” odbyła się pod hasłem „Niech Cię uwiedzie w tańcu!”. Ten wyjątkowy, pełen zmysłowości wieczór miał miejsce 20. listopada w Klubie Melodia w Warszawie. Spotkanie połączyło w sobie elementy konferencji prasowej, eventu i teatralnego przedstawienia. Imprezę prowadziła Anna Dereszowska, której opowieści kobiety uwiedzionej w tańcu, przeplatały się występami Stefano Terrazzino i Alesji Surovej. Specjalnymi gośćmi CIN&CIN byli znakomici polscy aktorzy – ikony filmu i uwodzenia: Beata Tyszkiewicz oraz Daniel Olbrychski. Całość wyreżyserował Cezary Morawski.

Tomasz Gasiński, Brand Manager marki CIN&CIN: „W tym roku intensywne działania BTL łączymy z niestandardowymi działaniami z zakresu ATL, PR i Internetu. Dodatkowo chcąc wzmocnić wizerunek i wysoką jakość włoskich win, wprowadziliśmy limitowaną edycję wina musującego CIN&CIN Platinum Bianco – niezwykła, tajemnicza i uwodzicielska. Taka będzie również kampania marketingowa naszej marki. Niech Cię uwiedzie!” Kreację przygotowała Agencja Los Mejores, sesję zdjęciową zrealizował fotograf Jacek Kołodziejcki / SHOOTME, a za kampanię internetową odpowiedzialna jest agencja interaktywna 180 Heartbeats. Za zakup mediów odpowiada Dom Mediowy PanMedia Western, zaś za PR – Agencja Kuźnia PR.

Kuźnia PR