

LANCIO DEL NUOVO CONCORSO PER GRANDE PUNTO

Stickers Lab, è online la campagna

CREATIVITÀ DI ARC LEO BURNETT, PIANIFICAZIONE MC2 FINO AL 24 APRILE

Sarà online fino al 30 aprile "Grande Punto Stickers Lab", una nuova iniziativa internet realizzata da Fiat in collaborazione con Arc Leo Burnett (si veda *DailyNet* del 18 marzo). Si tratta di un laboratorio digitale, dove gli utenti sono chiamati a lavorare con il team Fiat all'ideazione di nuove modalità di personalizzazione per Fiat Grande Punto. Collegandosi e registrandosi sul sito www.stickerlab.fiatpunto.it, gli utenti possono personalizzare gli esterni di Fiat Grande Punto esprimendo, in maniera creativa e originale, il proprio modo di essere e il proprio stile. A supporto del concorso, dal 25 marzo è partita anche una campagna internet che si prefigge lo scopo di dare visibilità al concorso, generare click verso il sito dedicato e aumentare così le iscrizioni al contest. La creatività dei banner, così come quella del sito, è di Arc Leo Burnett. Pianificazione di **Mc2** fino al 24 aprile verso un target di 18-25enni, su **Html.it** (totale



Un banner della campagna

1,5 milioni di impression), **Studenti.it** (475 mila impression), **University.it** (990 mila impression), **Multiplayer.it** (1,1 milioni di impression), **Libero.it** (29,2 milioni), **Msn.it**, **Messenger** e **Hotmail** (2,87 milioni), **Tiscali.it** (4,1 milioni), **Virgilio.it** (2,1 milioni), **Yahoo.it** (quasi 1,4 milioni di impression), **Leonardo.it** (1,168 milioni), **Gazzetta.it** e **Fueps** (quasi 6 milioni), per un totale di 52,77 milioni di impression. Il progetto è suddiviso in due sezioni: "Disegna il tuo sticker" e "Invia un'idea". La prima è dedicata a coloro che, abili nel disegno o semplici appassionati, desiderano cimentarsi nella creazione del proprio sticker e applicarlo diret-

tamente su una tavola con l'outline della vettura in scala, contenuta nel kit scaricabile con il materiale di partecipazione. Le "opere" create formeranno una gallery e potranno essere votate e commentate dagli utenti, che andranno a definire una shortlist di dieci finalisti. La sezione "Invia un'idea" è invece dedicata a tutti coloro che preferiscono esprimere la loro personalizzazione di Grande Punto attraverso un concetto, un'immagine o semplicemente un'emozione. L'importante è esprimere sé stessi, magari facendo riferimento ad una canzone, a un libro o a un film. Non ci sono limiti. Una giuria specializzata sceglierà 6 proposte - 3 per categoria - e i sei vincitori potranno partecipare ad un speciale workshop con il team Fiat, per approfondire l'industrializzazione del contributo. Il primo classificato di ogni categoria si aggiudica anche un lingotto d'oro del valore di 5.000 euro.

Domenico Fabbricini