

Diffusione
vietata fino alle
11:30 CET
del 25/03/2021

Guardalo. Vivilo.

Il nuovo Concept di Panasonic per la gamma TV 2021

Milano, 25 Marzo 2021 - Il nuovo concept di comunicazione Panasonic prende una nuova entusiasmante direzione dopo l'attività "Hollywood a casa tua" degli ultimi anni: la campagna 2021 si affida ad un messaggio semplice e riconoscibile "Guardalo.Vivilo.", che abbandona il gergo "tecnico" tipico della categoria per trasmettere tutti gli straordinari vantaggi dei nuovi modelli con un taglio più emozionale.



Panasonic Italia
Via dell'Innovazione, 3
20126 Milano
www.panasonic.it

Contatto stampa:
Alessio Masi
ADN Kronos Comunicazione
Mob. 3425155458
alessio.masi@adnkronos.com

"Guardalo. Vivilo." comunica un concetto universalmente comprensibile, incentrato su come una qualità d'immagine eccezionale possa trasportare lo spettatore al centro dell'azione.

Francesca Micheli, Responsabile Comunicazione di Panasonic Italia spiega: *"Oggi, i consumatori non si accontentano più di guardare la TV in modo passivo, in quanto ambiscono ad un'esperienza visiva evoluta che li coinvolga appieno nello spettacolo"*.

In termini di contenuti, la campagna di quest'anno attinge a una serie di passioni e *hit* televisive. Stefan Kann, Business Director dell'agenzia creativa Brave, che ha supportato Panasonic nello sviluppo della campagna, aggiunge: *"Con gli eventi dell'ultimo anno, che hanno modellato il consumo di contenuti dei consumatori, volevamo che la campagna "Guardalo. Vivilo." sottolineasse l'eccellenza cinematografica e gli altri vantaggi offerti da*

Panasonic con un concept capace di soddisfare tutti: gamer, appassionati di sport e cinefili. Questo concept ci consente di promuovere i vantaggi del prodotto nei modi più significativi a seconda dei destinatari, ad esempio il suono immersivo a 360° che porta lo stadio nel soggiorno, la calibrazione di Hollywood che conferisce ancora più pathos ai film o i movimenti fluidi che esaltano tutti i dettagli della corsa automobilistica proprio come se ci si trovasse al volante".

La televisione è da tempo una finestra sul mondo, un aspetto che si è rivelato più importante che mai in tempi recenti. È proprio su questo che la campagna gioca a livello visivo, facendo sua l'idea della finestra con immagini sbalorditive catturate da un dispositivo grafico 16:9, che rappresenta la cornice del televisore Panasonic. Negli elaborati, la cornice evidenzia la scena mostrata sullo schermo, mentre l'azione che prosegue al di fuori della cornice enfatizza le sensazioni coinvolgenti offerte dalla nuova gamma 4K OLED.

A proposito di Panasonic

Panasonic Corporation è leader mondiale nello sviluppo di tecnologie e soluzioni elettroniche destinate all'elettronica di consumo e al settore domestico, aziendale, automobilistico e business. L'Azienda, che nel 2018 ha celebrato il 100° anniversario dalla fondazione, si è affermata a livello mondiale con 528 società controllate e 72 consociate in tutto il mondo, con un fatturato netto consolidato di circa 61,9 miliardi di Euro nell'anno fiscale terminato il 31 marzo 2020. La società si propone di creare nuovo valore grazie alla continua innovazione in aree e segmenti diversi, realizzando prodotti in grado di migliorare la vita e l'ambiente globale dei propri clienti. Maggiori informazioni sul gruppo e sul marchio Panasonic sono disponibili al sito: <http://www.panasonic.com/global>.

Clicca le icone per maggiori info su Panasonic:  Sito  FB italia  IG Italia