



L'agenzia Red Cell ha ideato anche la nuova campagna stampa. Si affaccia l'estate e Mitsubishi Electric Climatizzazione torna in comunicazione con una campagna advertising su stampa e TV. Novità del 2006 è la nuova campagna stampa che vede come protagonista una donna seduta in poltrona immersa in una lettura rilassante, presente contestualmente in più punti della stanza, sfidando la logica e persino la gravità. La campagna prende ispirazione dalle opere grafiche di Escher, l'artista olandese famoso per le rappresentazioni di mondi simultanei in uno spazio finito e per la geniale capacità di far sembrare credibile anche l'impossibile. "I migliori da qualsiasi angolazione" è il concetto copy che enfatizza il benefit finale: in qualunque punto della stanza sia, la donna è perfettamente a suo agio; questo grazie al plus esclusivo di tutti i modelli di climatizzatori Mitsubishi Electric della serie MSZ-FA, su cui è incentrata la campagna: "i-see sensor", un sensore mobile in grado di individuare all'interno della stanza le differenze di temperatura in un raggio di 150° e di intervenire indirizzando in quella zona il flusso d'aria per riequilibrare la temperatura impostata e mantenere il clima confortevole. Mitsubishi Electric Climatizzazione, per illustrare in dettaglio i benefici esclusivi di questo sensore ha persino realizzato un sito dedicato: [www.iseesensor.it](http://www.iseesensor.it). Ideata dall'agenzia Red Cell, la campagna è pianificata per tutto il mese di maggio e giugno, sui principali quotidiani e periodici. I creativi sono Sergio Copetti (direttore creativo e art director) e Lorella Montanaro (copy). Non poteva mancare il ritorno in contemporanea della campagna TV con lo spot dal titolo "Fuori è out, dentro è in", grande successo dell'anno scorso, che sarà pianificata nei formati a 30" e 15" su

## Torna on air la campagna ADV di Mitsubishi Electric Climatizzazione.

Di

Martedì 16 Maggio 2006 18:13

---

Rai e Mediaset, per un investimento totale stampa e TV di 8 milioni di euro. Sui nostri schermi tornerà quindi protagonista il mondo diviso in due su cui si basa l'intera campagna: c'è chi sta fuori e respira l'aria di tutti e chi con un climatizzatore Mitsubishi Electric crea il suo ambiente ideale. C'è chi è 'in' e chi irrimediabilmente resta 'out': chi per il troppo caldo cammina per le strade in biancheria intima, e chi trasforma la propria casa nel luogo più "in" della città. "Mitsubishi Electric è da sempre leader di mercato e di innovazione nella climatizzazione", commenta Marcello Malavasi, Direttore Divisione Prodotti Climatizzazione, "e questo spot vuole sottolineare come queste apparecchiature, una volta considerate un lusso, siano sempre più indispensabili per raggiungere quel livello di comfort che tutti auspichiamo in casa." Credits campagna stampa: Agenzia: Red Cell Direttore creativo e art director: Sergio Copetti Copy: Lorella Montanaro Fotografi: Max e Douglas Post Produzione: ED Creative Pool Agency Producer: Maria Benenati Credits campagna TV: Agenzia: Red Cell Art: Alessio Salvato Copy: Lorella Montanaro Direttori creativi esecutivi: Pino Rozzi e Roberto Battaglia Regia: Jorn Threlfall Casa di produzione: H Films Musiche: Ferdinando Arnò - "Quiet, please" [www.mitsubishielectric.it](http://www.mitsubishielectric.it)