



Lupo Alberto contro le ipersonnie in uno spot

Si chiama ipersonnia l'eccessiva sonnolenza diurna che in Italia colpisce il 7% della popolazione. Una patologia molto seria ma sottovalutata, come nel caso dell'apnea notturna che affligge 3 milioni di persone non diagnosticate o della narcolessia che riguarda 25.000 italiani, di cui solo un migliaio accertati. Patologie sottodiagnosticate per scarsa informazione del paziente ma anche del medico di base, che si manifestano in forme molteplici (addormentamento diurno, cataplessia, paralisi del sonno, allucinazioni) anche con gravi ripercussioni sociali. Con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla problematica e colmare la diffusa carenza di conoscenze anche tra i medici, prenderà il via il mese prossimo una seconda tranche della campagna pubblicitaria varata lo scorso novembre e realizzata da Silver (al secolo Guido Silvestri), autore del celebre personaggio dei fumetti Lupo Alberto. All'insegna del claim 'Dottore! Fai svegliar il Lupo che dorme' la campagna, che andrà in onda sulle reti Mediaset dal 24 al 30 luglio, è promossa dall'Associazione italiana narcotici (Ain) e dall'Associazione italiana pazienti con apnee del sonno (Aipas) con il patrocinio dell'Associazione italiana medicina del sonno. L'artista modenese Silver, già al servizio di diverse iniziative pubblicitarie no profit (dal 1991 a oggi il suo Lupo Alberto è stato paladino di campagne contro l'Aids per il Ministero della Salute, contro la desertificazione del pianeta per conto dell'Onu, contro le mine antiuomo per Emergency, contro l'inquinamento dei fiumi per Legambiente ed è attualmente testimonial per alcune attività di Telefono Azzurro) anche in questo caso ha lavorato a titolo gratuito e la stessa Publitalia ha offerto in concessione spazi all'Ain e all'Aipas, rispettivamente presiedute da Icilio Ceretelli ed Enrico Brunello. La nuova campagna, animata graficamente da Manuel Bressan, è stata sviluppata dall'agenzia veronese Altavoce. Nel 30", che estrapola alcuni personaggi dalle tavole del fumetto, il simpatico lupo dal pelo blu è colpito da narcolessia sul lavoro mentre una voce fuori campo lo esorta a rivolgersi al medico che, a sua volta, gli consiglierà una visita a un centro del sonno. L'Ain ha anche inviato alla classe medica 42.000 copie di opuscoli e volantini informativi.

Centro del Sonno



PRODUZIONE

Danny the dog arriva al cinema con K-events

K-events ha utilizzato diverse forme di comunicazione per promuovere *Danny the dog*, il film diretto da Louis Leterrier e prodotto da Luc Besson con Morgan Freeman, Bob Hoskins, Jet Li, in uscita oggi (01 Distribution). Sul sito internet www.salviamodanny.org si legge della scomparsa di Danny, un ragazzo addestrato da uno spietato aguzzino come un cane da combattimento e coinvolto in lotte clandestine. In 10 giorni, grazie anche a un'azione di guerriglia marketing all'interno delle diverse community del web, oltre 50.000 utenti si sono collegati al sito. Anche Dagospia e Repubblica.it, dedicano spazio spazio alla scomparsa di Danny. Nel frattempo, nelle piazze, nei locali e nelle discoteche di Roma un uomo in abito bianco con un ragazzo al guinzaglio e nelle metropolitane volanti ne ha denunciato la scomparsa. Nelle discoteche e nelle strade misteriose ragazze con aggressivi costumi di scena distribuiscono collari borchiate e flyer. Infine, il 9 giugno si è svolto il Free Danny's Party al Brancalone di via Levanna 11: pass per l'ingresso alla serata il collare borchiato, o in alternativa il flyer, distribuito dalle misteriose ragazze nei giorni scorsi.



Constantine in dvd

Uscirà il 22 giugno in dvd, per la Warner Bros. Home Video, *Constantine* di Francis Lawrence, film basato sui personaggi del fumetto Hellblazer e che ha come protagonista Keanu Reeves. La campagna a sostegno dell'uscita è prodotta da Preludio. La campagna sarà dal 17 giugno su network radiofonici (Rtl 102.5, Radio DeeJay, Radio 105) e televisivi (Mtv, All Music, Sky, SportItalia e RaiSat). La casa di produzione Preludio ha curato la realizzazione del radiocomunicato e il mix del telecomunicato. La creatività è realizzata internamente.