



Milano, 22 marzo 2017

Vi è mai capitato di pensare “sono troppo vecchio per farlo”?

Questa è la domanda che apre il video “*First time, anytime*” realizzato da Ogilvy Italia per lanciare WE100™, il corporate purpose movement di Merck Consumer Health, leader mondiale nello sviluppo e produzione di farmaci da banco e nutraceutici. Merck Consumer Health si propone di aiutare la società a prepararsi ad una nuova era in cui le persone vivono in salute fino a 100 anni. Ogilvy Italia è la lead agency e hub globale per le brand Neurobion, Pain Relief Franchise e WE100™ Purpose Movement.

WE100™, è un progetto che nasce in base a un semplice dato di fatto: l’aspettativa di vita si sta allungando sempre di più; è necessario ripensare la società e il nostro stesso stile di vita per affrontare quella che a tutti gli effetti è una nuova era. L’era in cui tutti noi viviamo più a lungo. Ma vivere più a lungo non basta. È fondamentale vivere meglio, così da sentirci bene e sani e avere una buona qualità della vita.

Merck CH, infatti, sogna una società in cui giovani e anziani vivono in salute più a lungo.

Per questo Merck CH ha lanciato WE100™, che promuove lo scambio, la reciprocità e l’aiuto tra le generazioni. Visti come unica soluzione a questo cambiamento epocale che ha grandi conseguenze sociali.

WE100™, vuole cambiare il modo in cui la società vede le generazioni anziane e sostiene chiunque nel viaggio verso un invecchiamento salutare.

Il video è in realtà un **piccolo esperimento sociale**: Ogilvy ha messo in scena i ragazzi della scuola di tuffi di Torino. E mentre i piccoli tuffatori si allenano, ai genitori viene chiesto se non avrebbero voglia di imparare a tuffarsi a loro volta. Le risposte, tutte genuine, sono state perentorie: siamo troppo vecchi per farlo.

A questo punto, ecco il colpo di scena che smonta il pregiudizio e il luogo comune: sul trampolino da dieci metri compare Pino Auber da Trieste, 79 anni. Pino ha cominciato a tuffarsi a 57 anni e non ha più smesso. Il suo tuffo, sotto gli occhi ammirati dei genitori, è spettacolare ed emozionante.

Il messaggio finale è chiaro: **“Viviamo sempre più a lungo: c’è sempre tempo per una prima volta”**.

“Il nostro Purpose, WE100, si pone l’obiettivo di contribuire allo sviluppo di una società in cui gli anziani e i giovani possano vivere insieme e beneficiare ognuno dell’altro, in uno scambio inter-generazionale. La storia di Pino racconta questa ambizione in modo toccante” dice **Uta Kemmerich-Keil, CEO e Presidente di Merck Consumer Health**.

“L’idea di incoraggiare le persone anziane a provare qualcosa di nuovo per la prima volta ha entusiasmato tutto il Management, non appena coinvolti. Infatti, molti colleghi non vedono l’ora di partecipare al nostro programma di volontariato We4You in UK.” dice **Atilla Cansun, Chief Marketing Officer di Merck Consumer Health**.

“L’obiettivo era dare allo spettatore una nuova visione: la vita e le sue età viste non più come mero invecchiare, ma come crescita continua e occasione per iniziare sempre nuove vite e nuove sfide” – dice **Giuseppe Mastromatteo, Chief Creative Officer di Ogilvy Italia** – *“Abbiamo volutamente evitato toni melensi, da ‘lacrime facili’, cosa che poteva benissimo facilitare il compito. Abbiamo invece alzato l’asticella e realizzato un video pieno di energia, positività e gioia per la vita. E con un fenomenale ‘testimonial’: l’energia e l’entusiasmo di Pino Auber lasciano tutti a bocca aperta”*.

CAMPAGNA INFORMATIVA PER MERCK

Ogilvy & Mather

Pino dovrebbe essere un'ispirazione per tutti noi. Ispirazione ad accogliere "la vita più lunga" come un'opportunità e aprirsi alle "prime volte" ad ogni età.

Il video è visibile sulla pagina Facebook di WE100
<https://www.facebook.com/WE100/videos/1588771954486178/>

Credits

Agency: Ogilvy & Mather Italy

Giuseppe Mastromatteo, Paolo Iabichino (Chief Creative Officer)

Marco Geranzani (Client Creative Director)

Giordano Curreri (Client Creative Director)

Matteo Pelo (Client Creative Director)

Alessandro Pierobon (General Manager)

Erica Dellago (Client Service Director)

Camilla Fiorentini (Account Executive)

Filippo Ferraro (Head of Planning)

Luca Tapognani (Planner)

Emanuela Lovotti (Choice Architect)

Lorena Padovan (TV Producer)

Director: Amanda Blue

DOP: Ian Murray

Production house: The Family

Executive producer: Lorenzo Ulivieri

Producer: Tania Dal Pra'

Post-producer: Simone Barbella

Junior producer: Francesca Pistorio

Post production: Iggy Post

Editor: Marco Bonini

Color: Orash Rahnema

Music: Lennert Busch

Client: Merck Selbstmedikation GmbH, Darmstadt, Germany

Atila Cansun – Chief Marketing Officer Consumer Health

Eylem Samland – Global Director WE100 & CH Future Exploratory

Kristin Labahn-Child - Global Design Director Merck Consumer Health

Sara Yussefi – Head of Global Brand Communications

Merck Group Communications / Consumer Health

Beate Rosenthal-Meseck – Global Brand Director Digital Merck Consumer Health

CAMPAGNA INFORMATIVA PER MERCK



A proposito di Ogilvy & Mather Italy

Ogilvy & Mather Italy è l'agenzia italiana di Ogilvy & Mather, uno dei maggiori network di comunicazione al mondo con più di 500 uffici in 126 paesi. È stato nominato: Network of the Year a Cannes per il quinto anno consecutivo (2012, 2013, 2014, 2015, 2016); e Network of The Year agli EFFIEs Worldwide come agenzia più efficace al mondo nel 2012, 2013 e 2016; Global Agency of the Year da Adweek nel 2016. Offre servizi a 360° a marche internazionali e locali attraverso le seguenti strutture specializzate: Ogilvy & Mather Advertising in branding e advertising; OgilvyOne in digital e customer engagement; Soho Square in Continuous Commerce™ e Digital Consulting; Ogilvy DeLuxe in fashion, luxury e lifestyle; Social@Ogilvy in social media marketing e comunicazione; Neo@Ogilvy in digital media; Geometry Global in brand activation; Ogilvy Healthworld in comunicazione per l'area salute-benessere; H&O in creative production e implementation marketing; Ogilvy Change in Behavioural Sciences; Aida Partners Ogilvy PR, l'agenzia affiliata per le public relations. Ogilvy & Mather fa parte della holding WPP. Per saperne di più: <http://www.ogilvy.it>

Per ulteriori informazioni, contattare:

Arianna Vetrugno
Hr&Communications Director
viale Lancetti 29, Milano
T 02.60789.426
arianna.vetrugno@ogilvy.com