

## Ogilvy & Mather

Milano, 8 ottobre 2015

**“Una grande giornata”: un corto dai grandi numeri.**

**Il video ideato da Ogilvy & Mather per Wind supera gli 8,6 milioni di visualizzazioni su Facebook e 1,2 milioni su Youtube.**

A un anno dalla felice esperienza con “Papà”, la collaborazione sul web tra **Ogilvy & Mather** e **Wind** si rinnova regalando un nuovo, piccolo pezzo di cinema con “Una grande giornata”, cortometraggio che torna ad affrontare il tema sensibile della vicinanza e del rapporto fra uomo e tecnologia.

Online sui social media dal 12 agosto, “Una grande giornata” si confronta con il tema della fuga nel virtuale, che rappresenta oggi una tentazione costante nella quotidianità dei “nativi digitali”. Con questo nuovo corto, **Ogilvy & Mather** e **Wind** hanno scelto di lanciare il messaggio che ci sono avventure che non possono essere vissute attraverso la tecnologia affidandolo al racconto della giornata di un adolescente.

La risposta del Web al nuovo video **Wind** conferma l’apprezzamento per una formula narrativa di maggior respiro rispetto agli standard della comunicazione pubblicitaria. Su **Facebook**, infatti, il video totalizza oltre **8 milioni e mezzo di visualizzazioni**. Sul canale **YouTube**, “Una grande giornata” ha già superato **1 milione e 250mila visualizzazioni**. Gradimento confermato anche dai numerosi commenti positivi sul video, dalle interazioni degli utenti. Inoltre, secondo la classifica ‘**YouTube Ads Leaderboard**’, la campagna istituzionale di Wind è risultata la **pubblicità creativa più popolare** nel mese di agosto.

Anche **Creativity online**, la più autorevole rivista internazionale di comunicazione, ha riconosciuto l'essenza del lavoro che Wind sta facendo con Ogilvy & Mather Italia e ha pubblicato in prima pagina il film col messaggio “*Spot for Wind Reminds Us That Technology Is Not Enough.*”

“Siamo felici di aver collaborato nuovamente con Wind alla realizzazione di un progetto di comunicazione che racconta la società in cui viviamo esplorando in modo originale l’evolversi delle relazioni interpersonali e il ruolo assunto dalla tecnologia” – commenta **Guerino Delfino, Chairman e CEO di Ogilvy & Mather Italia**. “Il riscontro dei numeri sui social media è la conferma che gli utenti del web cercano e sanno riconoscere i contenuti di valore.”

L’invito a stare più a contatto con le emozioni autentiche accompagna la trama del video con grande leggerezza, senza leziosità o pedanti didascalismi, com’è nello stile delle campagne social firmate da **Ogilvy & Mather Italia**.

“Abbiamo scelto di trattare una tematica sensibile come quella dello spazio che la dimensione virtuale, mediata dai device, tende sempre più a occupare nella quotidianità a scapito della vita reale rifuggendo da moralismi sterili e fuori luogo” - spiega **Giuseppe Mastromatteo, Chief Creative Officer di Ogilvy & Mather**. “Per questo abbiamo fatto in modo che fosse il dipanarsi della storia a far emergere progressivamente il valore della scelta fatta dal protagonista, che decide di mettersi in gioco accettando la scomodità e l’imprevedibilità della vita reale. Solo nel finale, attraverso l’artificio narrativo delle sliding doors, il ragazzino prende coscienza di avere speso bene il proprio tempo e che la tecnologia non può surrogare le esperienze e le emozioni autentiche.”

Giuseppe Capotondi ha filmato e firmato anche questo secondo “corto” di Wind, confezionando un film pieno di gioia di vivere, energia, divertimento ed emozioni. Un film accompagnato da un brano senza tempo: “*Rocket Man* (I Think It’s Going To Be A Long Long Time)” di Elton John.

E’ possibile vedere il cortometraggio sul canale YouTube di Wind: <https://www.youtube.com/user/winditalia>

## COMUNICATO STAMPA



### **Credits**

Regia: Giuseppe Capotondi  
Agenzia creativa: Ogilvy & Mather Italy  
Production Company: Enormous Films  
Musica: Rocket Man – Elton John

### **Per Ogilvy & Mather**

Chief creative officer: Giuseppe Mastromatteo e Paolo Iabichino  
Client creative director (Art director): Giordano Curreri  
Client creative director (Copywriter): Marco Geranzani  
Account Director: Ethiopia Abiye  
Producer: Francesca D'Agostino

### **Per Enormous Films**

Director Producer: Danielle Joujou  
Dop: Marc Gomez De Moral  
Executive Producer: Luchino Visconti

### **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. E' stato nominato: Network of the Year a Cannes per il quarto anno consecutivo (2012, 2013, 2014 e 2015); e Network of The Year agli EFFIEs Worldwide come agenzia più efficace al mondo per due anni consecutivi (2012, 2013).

Offre servizi a 360° a marche internazionali e locali attraverso le diverse discipline e unit del Gruppo: Ogilvy & Mather Advertising, specializzata in branding e advertising; OgilvyOne specializzata in digital e customer engagement; Ogilvy DeLuxe per il fashion, luxury e lifestyle; Social@Ogilvy per il social media marketing e comunicazione; Neo@Ogilvy specializzata in digital media; Geometry Global, in brand activation; Ogilvy Healthworld specializzata in comunicazione per l'area salute-benessere; H&O, specializzata in creative production e implementation marketing; Aida Partners Ogilvy PR, l'agenzia affiliata per le public relation.

Per maggiori informazioni <http://www.ogilvy.it>

### **Per ulteriori informazioni, contattare:**

Arianna Vetrugno  
viale Lancetti 29, Milano  
T 02.60789.426  
[arianna.vetrugno@ogilvy.com](mailto:arianna.vetrugno@ogilvy.com)