



Kenwood Road Tour: ? iniziata la nuova campagna pubblicitaria Kenwood "Can't Stop Me"

Pagina stampata da [ADV Magazine](#): l'articolo ? stato pubblicato alle ore 08:35 del 23/09/2006
[procedi con la stampa dell'articolo](#) | [Redazione » notizie flash](#)

La prima del Road Tour: un'auto completamente bruciata equipaggiata con un sistema audio firmato Kenwood. Partito da Milano il 18 e 19 Settembre, il Road Tour si sposter? idealmente lungo tutta la penisola con le date di Roma, Napoli e Palermo. Inizia la nuova campagna pubblicitaria di Kenwood Electronics Italia, tra eventi, sponsorizzazioni e strumenti alternativi di advertising.



Roma - Coinvolgere un target giovane attraverso iniziative promozionali coinvolgenti. Questa la strategia di Kenwood Electronics Italia (Kenwood) alla base della nuova campagna pubblicitaria inaugurata con la prima del Road Tour a Milano. Un'azione di guerrilla marketing durante la quale un'auto completamente bruciata pompava musica a tutto volume da un sistema audio Kenwood: "laddove apparentemente tutto ? andato in fumo solo l'impianto composto da sintocd, amplificatore e speaker ? sopravvissuto e funziona alla grande" - il messaggio della Kenwood. Il Road Tour toccher? altre tre provincie italiane in un viaggio ideale lungo tutta la penisola e isole comprese. Domani e il 25 Settembre a Roma, il 30 Settembre e il primo ottobre a Napoli, il 7 e 8 Ottobre a Palermo.

"Spettacoli infuocati, nuovi video virali fuori di testa e televendite esilaranti" - riporta il comunicato Ad Mirabilia, Ufficio Stampa e P.R. Kenwood Electronics Italia - "Forte della propria brand awareness presso il pubblico adulto Kenwood parte alla conquista del target pi? giovane con una strategia di marketing e di comunicazione espressamente concepita per colpire e interessare le nuove generazioni. L'innovazione e la qualit? tecnologica dei prodotti KENWOOD vengono esaltati con un linguaggio attuale e divertente attraverso canali molto vicini al mondo dei ragazzi: prima di tutto internet ma anche eventi, sponsorizzazioni, strumenti alternativi di adv".



Con la campagna "Can't Stop Me", il brand Kenwood chiude alla grande il 2006, non dimenticando per? l'impegno sul fronte dello sport. "Quest'estate, ad esempio, ? scesa in campo a fianco delle migliori pallavoliste d'Italia in occasione del campionato di beach volley il Kenwood Cup 2006 con corner e auto dimostrative" - si legge nel comunicato stampa. Un impegno, "da valutarsi anche per il 2007", che da un paio di anni lega Kenwood allo sport quale main sponsor di importanti manifestazioni organizzate dalla Lega Volley Femminile. "la partnership con la Lega Volley" - affermava Mauro Mele, Direttore Marketing Kenwood Italia, in un comunicato del 15 Dicembre 2005 - "? stata intrapresa da Kenwood Electronics Italia al fine di creare una profonda sintonia tra il mondo dell'entertainment musicale di KENWOOD e lo show agonistico offerto dalla pallavolo femminile di Serie A. Un link che si traduce nella volont? di sostenere iniziative frizzanti e divertenti e di avvicinarci al pubblico del volley, per definizione giovane come il nostro target".

Intanto, il piano di comunicazione Kenwood prevede nuove iniziative di viral marketing: "sono in arrivo anche due nuovi filmati virali" - si legge nel comunicato stampa, confermando le strategie annunciate nel comunicato del 15 Luglio 2006 - "brevi video con storie originali e talvolta fuori di testa". I filmati sono e saranno disponibili nella sezione Movies e "saranno

diffusi anche in altri siti web", sia per la visione che per il download.

For A Successful Navigation

"Il video ripropone la tipica situazione in cui siamo in macchina in dolce compagnia e stiamo percorrendo una strada, magari di campagna, a noi del tutto sconosciuta. Ovviamente, per orientarci e arrivare a destinazione ci affidiamo al nostro fidatissimo navigatore satellitare che sicuramente ci guiderà nella giusta direzione. Ma, tante volte, non tutto va per il verso giusto... e guardando il video capirete perché!" - commento tratto dall'articolo [Can't Stop Kenwood: Viral Video + Stickers + Guerrilla nel centro di Milano.](#)

E mentre sono in circolazione cartoline brandizzate, sul cui retro c'è il chiaro invito a visitare la sezione [LETS PLEI!](#) "creata per giocare con la musica e le parole in maniera stravagante e richiedere gratuitamente le spiritose *TI-SCERT*, gli *STICHERS*, i *UOLLPEIPER* e i *BEGGRAUND* con il nome del proprio gruppo preferito tra i *Chiss*, i *Daiar Streits*, gli *Eis?/Dis?*, i *Grin Dei*, i *Villeig Pipol*.e molti altri ancora", Kenwood sta ultimando una nuova sezione del suo sito interamente dedicata al **vodcast**: "Qui saranno disponibili una serie di video: dalle bizzarre televendite firmate *PizzaTv*, ai *Video Review* utili approfondimenti di prodotti in cui verranno descritti pregi e funzionalità? tecniche dei principali articoli di punta, Kenwood ? pronto a offrire un intrattenimento a trecentosessanta gradi".

Alessandro Mirri