

VisionOttica, diversi riconoscimenti al premio Mediastars

Mercoledì all'Auditorium San Fedele di Milano, in occasione della diciassettesima edizione del prestigioso appuntamento nell'ambito di Advertising, Corporate Identity e Comunicazione Multimediale, sono stati consegnati i premi alle migliori campagne pubblicitarie nazionali, davanti a un appassionato pubblico, composto da alcune centinaia tra creativi, imprenditori e responsabili marketing e comunicazione

Il brand VisionOttica, che oggi conta oltre 210 centri ottici su tutto il territorio nazionale, è stato premiato (*nella foto*) come secondo classificato nella categoria spot radio. La campagna radio, ideata dall'agenzia di comunicazione Meloria sotto la direzione creativa di Jack Blanga, è andata in onda lo scorso anno sulle principali emittenti locali: rischia, infatti, il due di picche un moderno "Romeo", la cui e-mail d'amore, con tanto di proposta di matrimonio, è stravolta nella lettura a causa di una vista non perfetta. Da lì il consiglio di recarsi in un centro VisionOttica per trovare la soluzione visiva adeguata. VisionOttica è entrata anche tra i finalisti della categoria Televisione e Cinema, con la campagna del SuperOttico e con l'operazione QR Code (per trovare il centro ottico più vicino), e ha ricevuto il riconoscimento "Special Star" nelle sezioni Copywriting, Direzione Creativa e Art Direction.



VENERDÌ 14 GIUGNO 2013 ANNO III N. 505