Disaronno veste Roberto Cavalli

yu-942cfa58

Dagli scaffali dei migliori store del mondo al perfetto regalo di Natale da trovare sotto l'albero, passando per la tv: la limited edition #DisaronnowearsCavalli, nata dalla collaborazione tra la casa di moda e il celebre liquore italiano Disaronno, sarà protagonista dello spot on air fino al 24 dicembre sulle reti Mediaset. Lo spot di quindici secondi svela i dettagli del nuovo look della bottiglia, sottolineandone la somiglianza con il seducente mondo sottomarino e le esotiche atmosfere safari dalla Pre Collezione Roberto Cavalli P/E 2015, da cui prende ispirazione. Un capo della collezione infatti è visibile all'interno dello spot, indossato da una donna che sfiora con delicatezza la limited edition Disaronno.

DisaronnoCome lo scorso anno, il cortometraggio è firmato da Marco de Giorgi, noto regista pubblicitario diviso tra Italia e Stati Uniti, dalla lunga esperienza con fashion e lifestyle di brand italiani ed internazionali. La colonna sonora è stata composta ancora una volta da Andrea Mariano, tastierista del gruppo Negramaro, produttore e DJ. Lo spot andrà in onda anche sulle principali emittenti nazionali in USA, Belgio, Olanda, UK e Canada.
«Questa nuova limited edition, la terza dopo i progetti con Moschino e Versace, vuole conferire coerenza alla nostra strategia di comunicazione, sempre volta a nuove sfide ma senza mai perdere di vista la tradizione insita nel nostro brand» spiega il Global Communication Director Illva Saronno **Paolo Dalla Mora**.

«La campagna di comunicazione internazionale a 360 gradi ha avuto inizio con il lancio della bottiglia attraverso la forza dei social network, passando per il web e la stampa in generale, e vede la tv come ultimo e fondamentale step del percorso. Lo spot TV – conclude Dalla Mora – *permette di entrare, nel vero senso della parola, nelle case dei consumatori nel momento dell'anno in cui quest'ultimo è più propenso all'acquisto»*. Il progetto ICON è legato alla Charity Fashion for Development, patrocinata dalle Nazioni Unite, cui Disaronno anche quest'anno devolverà parte del ricavato delle vendite contribuendo allo sviluppo di progetti speciali in Africa.

L’esclusiva limited edition è disponibile nei migliori concept store di tutto il mondo e su tutti gli scaffali, da Harvey & Nichols, Selfridges e 10 Corso Como. Da dicembre sarà in vendita nel reparto spirits della grande distribuzione di tutto il mondo.

[embed width="560"]https://youtu.be/U7YL3r60oQU[/embed]