

Elezioni 2010 UDC: al via il secondo flight della campagna, con la barese Tom

Nuovi visual e headline. La pianificazione media coinvolge 695 comuni, 93 capoluoghi e 13 regioni



Al via il secondo flight della campagna nazionale UDC per le Regionali 2010, firmata sempre dall'agenzia Tom di Bari. Dalla bandiera ricucita e le mani che cuciono si passa all'immagine dei vari candidati UDC, in 6 regioni, e al volto di Pier Ferdinando Casini nel resto dei territori. Visual differenti con altrettante headline ad hoc: in Puglia ad esempio l'immagine della senatrice Adriana Poli Bortone è stata accostata a quella di Casini con l'headline "Una sola regione. Per mille ragioni". L'agenzia pubblicitaria ha progettato, inoltre, un format unico per tutti i candidati di lista con lo scopo di avere coerenza di immagi-

ne in tutta Italia. La campagna è on air in 695 comuni, 93 capoluoghi, 13 regioni. "Una seconda fase complessa e stimolante – spiega Franco Liuzzi direttore della Tom – che abbiamo costruito in ogni territorio a seconda della tipologia di candidato e delle scelte fatte dal partito. Abbiamo seguito ogni singolo candidato nella scelta della headline che più lo rispecchiasse con il coordinamento centrale del partito".

