



R101: NUOVO CLAIM E NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “A FUMETTI” FOREVER FUN: “CON LA RADIO GIUSTA VA TUTTO MEGLIO”

Segrate, 20 giugno 2011 - **R101** lancia una nuova e originale campagna di comunicazione, 'on air' dal 21 giugno, basata sull'uso dell'**illustrazione** umoristica.

Una scelta che esprime al meglio il concept del **nuovo claim** della radio “**R101 FOREVER FUN**”, non solo uno slogan pubblicitario ma una vera e propria dichiarazione d'intenti.

L'accento sul concetto di divertimento, mission della radio, è ulteriormente rafforzato dal gioco di parole “forever fun, forever fan”, per chi si unisce e si riconosce nella community degli ascoltatori e fan di R101. La radio si caratterizza infatti per una linea editoriale basata sull'intrattenimento, sull'informazione leggera, sulla promozione di nuove tendenze e soprattutto sull'ironia, l'allegria e l'evasione dai problemi di ogni giorno, sempre più ricercata anche da un target adulto come quello a cui si rivolge R101.

“R101 è la prima radio a utilizzare una grande firma del fumetto in una campagna di comunicazione e per l'occasione è stato scelto Giorgio Cavazzano, uno dei più grandi disegnatori umoristici in Italia, molto apprezzato anche all'estero”, dichiara **Fabrizio Savorani**, Direttore Marketing di Monradio. “In futuro vorremmo coinvolgere altri illustratori noti che, attraverso stili diversi, ci permetteranno di esplorare appieno l'intera gamma delle emozioni che R101 trasmette. Non escludo inoltre il coinvolgimento di artisti emergenti chiamati a interpretare i momenti divertenti della vita”, conclude Savorani.

La campagna, affidata all'agenzia Tita, parte con un primo progetto realizzato dal fumettista **Giorgio Cavazzano**, il più celebre autore Disney italiano - la sua prima storia è stata pubblicata su *Topolino* nel 1967 - da molti definito un “genio del disegno e della composizione della pagina”: il suo stile, inconfondibile, è dinamico, morbido e al contempo scattante, ipercinetico e architettonicamente alterato.

La creatività proposta, che fa sorridere e diverte proprio come la radio fa con il suo pubblico, prevede **tre soggetti**: sono state immaginate alcune situazioni paradossali, problematiche e potenzialmente “drammatiche” che grazie alla musica di R101 si trasformano in una festa. Da qui la baseline, in stretta relazione con le immagini: “**Con la radio giusta va tutto meglio**”.

R101 ha scelto di puntare in modo deciso sui **quotidiani**, con un'ampia pianificazione su testate nazionali e locali per veicolare con efficacia il brand.

La campagna rappresenta il terzo step di un piano di comunicazione partito a marzo su stampa periodica, per la valorizzazione del programma “Molto Personale” di Marco Balestri, e proseguita ad aprile su YouTube con la prima sit-com per media digitali “La carica quotidiana”. Filo conduttore di tutta la strategia di comunicazione di R101 è l'umorismo, la leggerezza e la spensieratezza.

La creatività è di Annamaria Santoro, art director, e Andrea Masciullo, copywriter.