

**LA GAZZETTA
 DELLO SPOT**
 Gabriele Di Matteo

**I CALCIATORI
 TESTIMONIAL
 NEI GIORNI
 DI 'FRANCIA 16'**

 I calciatori-
 testimonial
**Zlatan
 Ibrahimovic**
 (1) e **Thierry
 Henry** (2)

La crescita vorticosa di Snapchat, la piattaforma social simboleggiata dal fantasmino fondata da Evan Spiegel e due suoi compagni di Stanford, ha suggerito ai creatori di modificare la grafica per migliorare l'impatto della pubblicità sui 140 milioni di utenti. Il restyling grafico dovrebbe dare alla piattaforma una valenza più "ad getting", cioè pronta a ospitare pubblicità. Vi hanno partecipato una ventina di editori come Cnn, Hearst, Vox Media, Ing, Mtv: tutti predisporranno al loro interno reparti con personale dedicato per

sviluppare questa collaborazione sul *branded content*. Gli utenti hanno un profilo molto giovane, ancora più che quelli di Facebook e Twitter. Ma nelle giornate dell'europa "Francia 16" è soprattutto sui calciatori-testimonial che si concentra l'attenzione.

L'esordio di **Zlatan Ibrahimovic** fu in Svezia, e

anche se poi il fuoriclasse da un milione al mese ha girato molti Paesi, resta cittadino svedese: onde l'abbinamento con **Volvo** è un gemellaggio naturale. Anche nella nuova campagna per la station wagon V90 il brand svedese di proprietà cinese ha scelto Ibra. C'è un altro campione nella pregiata lista dei testimonial di questa settimana: **Thierry Henry**, che diventa ambasciatore per una nuova campagna di marketing molto *digital-oriented* di Booking.com. Il viaggio abbinato allo sport per la scoperta di nuove abitudini e culture è il pensiero strategico su cui i creativi hanno basato la campagna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

