

VOLKSWAGEN LANZA LA NUEVA CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL “THINK BLUE.BOOK”

Tomando el relevo de la campaña "Think Blue.Symphony", "Think Blue.Book" presentará un enfoque decididamente lúdico del tema de la sostenibilidad. En términos de diseño y dramaturgia, el leitmotiv es un libro que presenta las ventajas del nuevo runabout de gas natural eco up! en el primer spot publicitario, bajo el eslogan "Gran autonomía. Por poco dinero".

En el anuncio, el eco up! se mueve a través de un paisaje urbano hecho de papel, creado como un modelo háptico y transformado a 3D por ordenador. Para las escenas de la introducción y el cierre, se ha usado la técnica stop-motion. Esta técnica consiste en el uso de fotogramas individuales de objetos estáticos, que crean la ilusión de movimiento cuando se ven uno detrás de otro. Al final, el espectador descubre que las escenas de conducción han tenido lugar en el libro mostrado al principio. Musicalmente, el anuncio destaca por una interpretación contemporánea de la clásica canción de los Beach Boys "Wouldn't it be nice".

"Estamos orgullosos de nuestra nueva campaña "Think Blue.", ya que presenta de forma lúdica nuestra convicción de que puede ser fácil e incluso divertido preservar el medio ambiente y vivir de forma sostenible", explica Jürgen Stackmann, Director de Marketing del Grupo Volkswagen y de la marca Volkswagen Turismos. "Think Blue.Book" es otro hito en nuestros esfuerzos de aumentar la conciencia sostenible del público y demostrar cómo cargamos con nuestras responsabilidades como fabricante automovilístico". El anuncio para el eco up! se estrena el 25 de mayo en la televisión alemana. La creatividad del spot ha ido a cargo de la agencia BlackBoard Berlin.

Artículo publicado en Volkswagen.es - Notas de prensa

Datos de contacto:

Volkswagen.es

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing](#)