Storia d'impresa - 07/01/2025

BTREES su Mediaset con il nuovo spot per Eurasia Motor Company

Le parole del ceo, Christian Zegna

BTREES, la digital agency guidata da **Christian Zegna**, parte della holding **Ebano Spa** di **Carlo Robiglio**, ha realizzato lo spot pubblicitario per il lancio della nuova gamma di auto di **EMC Eurasia Motor Company**(4quattro, 6sei, 7sette) sul mercato italiano, in onda sui canali Mediaset in prima serata da fine novembre.
Importante per il lancio la figura di **Roberto Ferrari**, COO di E-quilibrium, professionista con pluriennale esperienza nel settore automotive con ruoli apicali legati al marketing & sales in varie multinazionali, che ha coordinato la strategia di posizionamento e di go to market per EMC.

Il progetto

Lo spot si focalizza sulle offerte di serie della gamma EMC (cambio automatico, alimentazione GPL, design moderno, tecnologia avanzata), evidenziandone il comfort e lo stile, unite ad un prezzo estremamente competitivo.
Il **payoff "La scelta intelligente"** è stato ripreso come linea guida nella narrazione testuale e visiva. Una scelta senza compromessi riassunta nel claim “Tutto quello che hai sempre voluto, a un prezzo che non avresti mai immaginato”, che permette di posizionare la gamma come la soluzione ideale per tutti: famiglie, giovani e più in generale per chiunque sia alla ricerca di un’auto pratica e accessibile.
La realizzazione dello spot ha coinvolto BTREES in tutto il processo: dalla creatività al set. Produzione curata insieme a TheMakkina e Matteo Zin. Pianificazione di Mediaset e DAZN.

Le parole di Christian Zegna

"Questo progetto si inserisce in un momento di grande trasformazione per il settore automotive a livello globale. Il fatto che EMC abbia scelto BTREES per realizzare gli spot di gamma rappresenta per noi un**motivo di grande orgoglio**. Abbiamo affrontato il progetto con piena consapevolezza della responsabilità e individuato una chiave narrativa diretta e immediata per trasmettere i punti di forza unici di EMC".
Oggi il settore della comunicazione automotive ha cambiato modo di approcciarsi ai differenti target. Sono famiglie e scene di vita quotidiana, ormai, i veri protagonisti degli spot pubblicitari. Auto non più come status symbol, ma come mezzo per viaggiare e vivere la normalità delle giornate. Una pubblicità che narra storie, che permette allo spettatore di riconoscersi in ciò che vede.

Il commento di Federico Daffi, CEO di EMC

È stata una sfida, quella di EMC: voler realizzare uno spot trasmesso in prima serata sulle reti Mediaset: "Siamo entusiasti di presentare le nostre auto al grande pubblico attraverso la televisione. Una gamma assolutamente unica per design, qualità e prezzo. La proposta di BTREES ci ha convinto fin da subito grazie al perfetto equilibrio narrativo, capace di combinare sogno e immediatezza - ha dichiarato **Federico Daffi, CEO di EMC**- . Un sentito ringraziamento va a Roberto Ferrari di E-quilibrium che, grazie alla sua esperienza, ha reso possibile la buona riuscita del progetto”.

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - https://www.ui.biella.it