

## Incarichi Aol è diventata Oath: e sceglie Piano B per il lancio sul mercato italiano

Un evento che trasforma gli ospiti in co-autori e porta sul palco l'energia dei Kasabian

**P**er il lancio in Italia di Oath, la realtà di Verizon nata dalla fusione a livello globale di Aol e Yahoo, Piano B ha realizzato l'evento "Are you ready to make your Oath?", un'esperienza progettata per trasformare gli ospiti in co-autori e sviluppare uno storytelling capace di raccontare la brand identity della società internazionale sotto il quale confluiscono oltre 50 brand editoriali e tecnologici.

### I Kasabian

A rendere la serata memorabile è stata la live performance acustica dei Kasabian, realizzata grazie alla collaborazione con Vevo, piattaforma premium di video e intrattenimento di cui Oath è partner esclusivo per la vendi-



ta di advertising in Italia, e Sony Music Italy. La band inglese - che di recente ha pubblicato il nuovo album "For Crying Out Loud" -, ha regalato agli ospiti uno speciale momento di pura e autentica energia.

### Giuramento

Il concept creativo è partito dal nome del nuovo brand - Oath -, dall'inglese giuramento, ovve-

ro l'impegno più grande che un essere umano possa prendersi e che, quindi, presuppone un commitment molto serio da parte dell'azienda verso i suoi interlocutori - i consumatori, gli inserzionisti, gli editori, le agenzie, i clienti. L'elemento chiave del giuramento si è sviluppato attraverso un'exhibition dinamica che ha raccolto i ritratti del team di Oath Italy abbinata al giuramento di

tre parole di ciascun membro e che si è arricchita in maniera incrementale con i volti e i giuramenti degli ospiti.

### Canvas

Lo spazio è stato pensato come un Canvas di cui gli ospiti sono stati co-autori dell'allestimento. A rendere ancora più coinvolgente lo spazio, i lightbox dinamici firmati **Abs Group**, azienda veneta specializzata in architettura tessile. Punto di forza nuovo sistema allestitivo "ABSolutely", i due lightbox hanno avuto per protagonisti proprio il logo e i valori di Oath che, retroilluminati a Led secondo una programmazione dinamica, si sono animati generando un effetto visivo vibrante.

### La Triennale

La Triennale di Milano, che rappresenta appieno l'unione tra internazionalità e italianità, è stata la location ideale per raccontare un brand come Oath che porta la sua forza globale sul mercato italiano. E così, la sala d'onore è stata la tela bianca sulla quale lo storytelling di Oath ha potuto prendere forma.