

Riconoscimenti  
**Il Moige**  
 premia lo spot  
**Leroy Merlin**  
 “Bathroom”



Il **Movimento Italiano Genitori** ha incoronato il lavoro realizzato da Publicis Italia e prodotto da Think Cattleya

Lo spot del gruppo Leroy Merlin “Bathroom”, firmato da Publicis Italia e prodotto da Think Cattleya, ha vinto il premio **Moige, Movimento Italiano Genitori**. Si è tenuta pochi giorni fa a Roma, infatti, alla sala della Regina presso la Camera dei Deputati, la cerimonia di premiazione dei programmi Family Friendly in occasione della presentazione della guida “Un anno di Zapping 2015/2016”. Sotto la lente d’ingrandimento del **Moige** sono finiti quest’anno anche gli spot pubblicitari e tra questi è risultato vincente proprio il film di Leroy Merlin, come esempio di uno splendido dialogo padre-figlio, non sempre fatto di parole ma spesso costruito su piccoli gesti quotidiani. Lo spot ha come protagonisti un padre e un figlio alle prese con la delicata fase dell’adolescenza. Attraverso lo storytelling cinematografico, viene raccontato un particolare momento della vita di un ragazzo che sta crescendo. Il padre, in questo frammento di vita quotidiana, cerca il modo migliore per capire e comunicare con il figlio. Nella storia ideata da Publicis, sarà, dunque, il bagno a fornire l’occasione per rafforzare il legame e la promessa di Leroy Merlin di trasformare il “fai da te” in qualcosa di più; e un emotional benefit ne mostra il valore autentico, con la line “È più di un bagno se fatto da te”. L’azienda leader nel settore ha lanciato con questa campagna l’evoluzione del proprio posizionamento sul mercato, diventando un brand promotore di soluzioni complete dedicate a bagno, living, giardino, cucina.