



**Cesare Ragazzi Company S.p.A.
lancia il mese della prevenzione tricologica
e la nuova campagna pubblicitaria**

L'agenzia Nouvelle ha curato la parte creativa della campagna per sensibilizzare il pubblico sulla cultura della prevenzione anche in campo tricologico

Milano, 13 ottobre 2004 – Cesare Ragazzi Company S.p.A., azienda italiana attiva da oltre 35 anni nel campo della tricologia e leader europeo nel settore, ha lanciato la sua nuova campagna pubblicitaria, pianificata da ottobre a dicembre sulle principali testate femminili, maschili, fitness e familiari.

La campagna, curata dall'agenzia **Nouvelle** con la supervisione del Direttore Creativo Roberto De Martini, ha l'obiettivo di comunicare una nuova iniziativa della Cesare Ragazzi Company: *"Il mese della prevenzione tricologica"*, rivolto non solo a chi ha problemi specifici, ma a chiunque ha a cuore i suoi capelli.

Il mese della prevenzione tricologica (fino al 30 novembre 2004) è un'iniziativa che consente a tutti di recarsi in uno dei 70 Centri Cesare Ragazzi e, con soli 9 Euro, usufruire di un controllo specifico del cuoio capelluto e ricevere un prodotto per la cura della capigliatura.

"La cultura della prevenzione fa ormai parte dello stile di vita degli italiani – commenta **Fiorella D'Andria**, Responsabile Comunicazione della Cesare Ragazzi Company – siamo abituati a controllare periodicamente lo stato di salute di denti e occhi in un'ottica di prevenzione dei problemi. L'obiettivo della nostra campagna è proprio quello di "educare" il pubblico alla cultura della prevenzione anche per quanto riguarda il cuoio capelluto e la capigliatura".

La campagna si declina in **5 soggetti** diversi in linea con il target delle testate scelte per la pianificazione e prevede un **investimento pari a 1.000.000 di Euro**.