



## L'idea

Associare un nome inusuale e d' impatto ad un pay-off (la soluzione dell'acronimo) che esprime al meglio la **filosofia** del brand.

Abbiamo scelto la mucca perché è un animale simpatico. La sua immagine si ricollega alla dimensione del gioco e della semplicità che è caratteristica dei bambini.

La mucca è un animale people-friendly, domestico: i suoi prodotti sono al servizio dell'uomo, come quelli forniti dall'agenzia sono **vicini al consumatore**. Rappresenta inoltre l'immagine del buon investimento per i clienti (le aziende): è un animale saldo e robusto e, per definizione, redditizio.

## Il nome

La scelta ricade sull'inglese in quanto lingua **internazionale**. **"COW"** e' **breve, facile da ricordare, inusuale e divertente**. E' familiare perché è una delle prima parole che i bambini imparano.

E' **non convenzionale**.

## Il pay-off

**"Creative open-minded way"** (creatività al di fuori di ogni schema)

Open-minded significa “aperto a nuove idee”: **innovativo**, particolarmente **flessibile** e di conseguenza **evoluto**. Implica inoltre apertura nei confronti del consumatore, e verso le più originali e creative forme di advertising.

## **Il logo**

E' semplice ma originale. E' la fusione del nome del brand con la metafora visiva delle idee per antonomasia, la lampadina. L'idea non è al servizio del brand, ma una sua parte anatomica. E' **caratteristico**, d'**impatto** e facilmente riconoscibile.