

Selected Articles

SISAL

PRIMAONLINE.IT	1	Sisal lancia il nuovo SuperEnalotto con una massiccia campagna adv: oltre a stampa e web, previsti spot lunghi in tv e maxiaffissioni Prima Comunicazione	...	1
SOCIALMEDIAMANAGER.IT	1	Dal 31 gennaio al via il nuovo SuperEnalotto: massiccia campagna adv per Sisal e restyling del logo con un sorriso sulla 'u'	...	3
ENGAGE.IT	1	Sisal rinnova il SuperEnalotto all'insegna del sorriso. Al via la nuova campagna multimediale	...	4
YOUARK.IT	1	Nasce il nuovo 'SuperEnalotto', con prima estrazione martedì 2 febbraio. Il jackpot diventa più ricco. DLVBDO firma il lancio a partire dalla brand identity fino all'adv più tradizionale, passando dal web	...	8
Prima Comunicazione	76	2015 Diario - Un anno di comunicazione e pubblicità	...	10

Venerdì 15 Gennaio 2016

Abbonamenti | Rss | Newsletter | Carattere | Segui su

prima ONLINE
Comunicazione

Cerca

HOME MUY PRIMA PAGINA MERCATO DATI E CIFRE DOCUMENTI NOTIZIE DI AGENZIA MANAGER VIDEO AGENDA LAVORO

IN EDICOLA EDITORIA TELEVISIONE TLC CINEMA NEW MEDIA COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ

CREA PDF STAMPA SEGNALA AD UN AMICO

15 gennaio 2016 | 10:28

Dal 31 gennaio al via il nuovo SuperEnalotto. Massiccia campagna adv per Sisal e restyling del logo con un sorriso sulla 'u'

di Matteo Rigamonti – Sisal lancia il nuovo SuperEnalotto. Dopo diciotto anni di grandi Jackpot e vincite in tutto il paese, dal 31 gennaio 2016, si potrà giocare al nuovo SuperEnalotto, con prima estrazione martedì 2 febbraio 2016. Ecco come sarà:

Come spiega a Primaonline Matteo Sala, responsabile marketing di Sisal Group, il SuperEnalotto, che a dicembre 2015 ha compiuto 18 anni diventando così maggiorenne, "cambia nella forma e nella sostanza", partendo dalla ricchezza della sua "tradizione, ma per guardare al futuro". E come recita la nuova campagna di advertising ai nastri di partenza sui media nazionali, il SuperEnalotto sarà "più grande, più ricco e tutto nuovo".

Matteo Sala, responsabile marketing di Sisal Group

Prevista una massiccia campagna di advertising su tutti i principali mezzi di comunicazione, in cui Sisal ha deciso di investire più del 50% del budget complessivo riservato agli investimenti pubblicitari, che l'hanno scorso erano stati 5 milioni, ma che nel 2016 cresceranno "in doppia cifra", assicura Sala.

"Abbiamo operato, grazie alla collaborazione con l'agenzia Div Bbdo, un restyling completo del logo", prosegue Sala, "che ora è costruito intorno all'immagine di un sorriso in corrispondenza della 'u' di SuperEnalotto", quasi a ricordare il "momento di evasione e leggerezza", che da sempre contraddistingue la giocata al SuperEnalotto:

Rinnovato anche l'intero "look and feel" del SuperEnalotto, con "il rosso, il verde e il giallo come colori perscelti, che evocano calore, freschezza e contemporaneità".

SISAL

La nuova campagna di comunicazione è cominciata il 14 gennaio con una prima pagina, solo grafica, sulla stampa nazionale, a cui ne seguirà una seconda sabato 16 gennaio. Ecco l'anteprima:



A partire dal 1° febbraio, fino giugno, la campagna coinvolgerà, oltre alla stampa, quotidiana e periodica, la radio, il web, sia i portali sia i social con campagne ad hoc, e la televisione con long videos di 60 secondi l'uno sulle reti di Publitalia, in seconda serata. E arriveranno anche diverse "affissioni impattanti, perché le riteniamo fondamentali per comunicare la nuova identity".

I long videos e gli shooting per le immagini delle pubblicità sono in corso di realizzazione proprio in questi giorni a Milano e avranno come testimonial 8 ricevitori Sisal che sono stati individuati grazie a un casting online che è cominciato l'anno scorso e che ha ricevuto l'adesione di 100 ricevitorie. Lo spirito della campagna, ha spiegato Sala, è quello di "raccontare episodi, storie e curiosità" legati al SuperEnalotto, grazie al contributo dei ricevitori, che così facendo, si dimostrano veri e propri "ambasciatori, portavoce, del gioco di lotteria più conosciuto e apprezzato d'Italia".

"SuperEnalotto si merita di festeggiare alla grande i suoi primi 18 anni", ha dichiarato Emilio Petrone, amministratore delegato di Sisal, incontrando la stampa a un party con i dipendenti artefici del successo di SuperEnalotto, tra cui Marco Caccavale, direttore business unit lotterie in Sisal.

Quanto alla sostanza, la nuova formula, unisce alle caratteristiche tradizionali del gioco, tre novità. Se per tentare la fortuna basta, come sempre, pronosticare l'estrazione dei 6 numeri vincenti da 1 a 90 e ogni sestina giocata ha il costo di 1 euro, le novità sono che: il Jackpot cresce più velocemente, con la possibilità di raggiungere vincite più consistenti; si vince anche indovinando 2 numeri della sestina estratta (con premio di almeno 5 euro); e vincite immediate all'atto della giocata.

In pratica, prima che avvenga l'estrazione, si possono vincere premi da 25 euro, confrontando i numeri della propria giocata con quelli riportati nel 'Quadrato magico' stampato sulla ricevuta. Se tutti i quattro numeri del 'Quadrato magico' sono presenti fra i numeri delle giocate si vince un premio da 25 euro.

"Sono veramente felice e orgoglioso di poter annunciare a tutti gli italiani la rinnovata formula di gioco del nuovo SuperEnalotto, ancora più ricca e vincente", ha dichiarato Marco Caccavale, direttore business unit lottery del Gruppo Sisal. "Un progetto molto importante per Sisal, che risponde alle richieste di evoluzione del gioco di lotteria più amato dagli italiani: un percorso portato avanti con passione e impegno, grazie alla preziosa collaborazione e attenzione dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. I nostri clienti sono l'asse portante delle strategie di Sisal ed è proprio comprendendone interessi e desideri, che siamo diventati leader nell'innovazione del settore".

Video





3

ENGAGE

PROGRAMMATIC

PROGRAMMATIC DAY

by Edimaker



Privacy Contatti Startup Agenda

cerca nel sito

15/01/2016

ENGAGE

CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA



Ricevili!

Campagne Media Tecnologia Aziende Agenzie Datacenter Mobile Social Ricerca

Campagne

Sisal rinnova il SuperEnalotto all'insegna del sorriso. Al via la nuova campagna multimediale

are la rinnovata brand ity e la creatività per il t della business unit ry del Gruppo è 3BDO. OMD gestisce idget media di svariati ri di cui il 20% va e. Previsti nuovi lanci licitari anche per Sisal e MatchPoint nel corso prossimi mesi



di **Teresa Nappi**
14 gennaio 2016

Qual è quel brand che più di tutti fa sognare, istigando un gran sorriso? È SuperEnalotto, la lotteria di Gruppo Sisal che lo scorso dicembre ha festeggiato **18 anni**.

Campagne

Sisal rinnova il SuperEnalotto all'insegna del sorriso. Al via la nuova campagna multimediale

SuperEnalotto

Media

Maggioni (UPA): «Gli inserzionisti premiano i siti internet che fanno scelte di qualità»



Tecnologia

IAB US rilascia nuovi protocolli per l'OpenRTB e l'OpenRTB Dynamic Native Ads



Aziende

Vodafone torna ad

I video brandizzati più "cool" della settimana - #78



I video brandizzati più "cool" della settimana - #77

Jobs

Digital Sales Manager

La piattaforma di social journalism Blasting News è alla ricerca di un Digital Sales Manager

vai

Redattore bilingue (Ita/Eng)

Edimaker Srl, società editrice di Engage e Programmatic Italia, cerca un redattore bilingue italiano/inglese da integrare nel proprio team editoriale a Milano

vai

Redattore

Edimaker Srl, società editrice di Engage e Programmatic Italia, cerca un nuovo redattore da integrare nel proprio team editoriale a Milano

vai

SEM Specialist

Webranking è alla ricerca di un SEM Specialist per la sede di Milano che si occuperà di campagne Search e Display

vai

Interviste



In occasione del traguardo raggiunto dall'ormai "maggiormente" gioco più diffuso tra gli italiani, Sisal ha scelto di inaugurare il 2016 con una novità importante per il brand pensata per proiettare nel futuro un gioco che può, per così dire, considerarsi "tradizionale".



Matteo Sala

Ecco che forma e sostanza di SuperEnalotto si presentano oggi, 14 gennaio, completamente trasformate: «Il gioco cambia in qualcosa di fresco e innovativo», dichiara in anteprima alla stampa **Matteo Sala**, Responsabile Marketing Sisal Group, anticipando di poco l'evento di lancio ufficiale previsto a breve a Milano alla presenza di **Marco Caccavale**, Direttore Business Unit Lottery del Gruppo, e dove saranno svelate le novità apportate nel gioco.

A essere state riviste sono in particolare le modalità di vincita, un **processo di rinnovamento passato innanzitutto per una rivisitazione profonda della brand identity**, svelata oggi da un primissimo annuncio stampa che precede un'imponente **campagna multimediale** al via i primi di febbraio.

A saltare all'occhio nel **nuovo logo** è **innanzitutto il sorriso** che va a sostituire la "u" di SuperEnalotto. Anche la grafica è rinnovata e i colori dominanti diventano il Giallo, il Rosso e il Verde.

A disegnare il nuovo logo, così come a firmare la creatività della campagna – che per inciso sarà anticipata da un altro

Amici grazie alla partnership con Pubitalia Branded Entertainment



Agenzie

New entry nel reparto creativo di A-Tono: è Adriano Pacino



Datacenter

Nielsen, pubblicità digitale a più 8,9% nei primi undici mesi del 2015



Mobile

Affaritaliani.it lancia l'app per smartphone



Social

#TopCommercial Video Chart: tecnologia e creatività sul podio



Ricerche

USA, nel 2016 lo storico sorpasso del display sul search



Paolo Mardegan (DigiTouch): «L'ascesa per noi è tech»

Conferma il proprio posizionamento come ad-tech group e investe su più fronti per consolidarlo. Così una delle aziende di primo piano dell'adv online in Italia guarda a un futuro prossimo fondato sull'efficacia delle campagne



Blog



E-commerce Trends

di C. Vaccaro e A. Coletta

eCommerce e Cinema: i trend dello shopping natalizio riassunti in 3 citazioni di film



DigitalChina

di Riccardo Porta

Non solo Baidu: i motori di ricerca in Cina



Mondo Native

di Alberto Mari

Outbrain top 100 – Edizione Speciale: i titoli e le storie più cliccate dell'anno



The Big Answer

di Antonio Filoni

Il valore della ricerca nei processi di innovazione



Keep Searching

di Marco Loguercio

To brand or not to brand?



Performance Tips

di Sheyla Biasini

Perché alcuni publisher non hanno successo nell'affiliate marketing?



DigiTags

di Paolo Mardegan

Ad-Blocking: problema o opportunità?



Socialtutto

di Maurizio Mazzanti

15" is the new 30". Come cambiano i video nell'era dei social



Programmaticamente

di Greta Barsanti

Programmatic per campagne integrate di Prospecting, Retargeting e Loyalty

Agenda

Milano - 15 gennaio 12:00

Contestualmente alle anticipazioni sul piano marketing che accompagna il lancio del nuovo SuperEnalotto, Sala dichiara: «Il **budget media complessivo di Gruppo Sisal è in crescita a doppia cifra**

Presentazione della prima edizione dei DMA - Diversity Media Awards

sullo scorso anno, quando abbiamo investito circa 5 milioni di euro. Ovviamente il rilancio di SuperEnalotto è l'operazione più poderosa di quest'anno anche in termini di investimento, ma stiamo preparando per i prossimi mesi **nuovi lanci in pubblicità anche per Sisal Pay e MatchPoint**, parte del segmento Betting di Sisal e seguiti sul fronte creativo da Publicis. **L'online in generale assorbe circa il 20% della nostra spesa in comunicazione».**

Del budget media stanziato precisa ancora il manager, oltre il 50% è assorbito dall'operazione SuperEnalotto, «in ragione anche di un target più ampio a cui ci rivolgiamo in questo caso, mentre i target si restringono agli appassionati soprattutto di sport nel caso delle scommesse».

Articoli correlati

agenda

Sisal racconta importanti novità del Gruppo

Milano, 14 gennaio

Aziende

Campagne



Cracco testimonial di Scavolini. Al via la nuova campagna

L'on air coinvolge tv, radio, cinema, stampa, affissioni e digital, quest'ultimo sempre più importante per l'azienda. Il budget pubblicitario stanziato per quest'anno è in crescita del 25% rispetto a quello investito nel 2015

Campagne



Panini: in edicola la collezione Calciatori 2015-2016. La campagna di M&C Saatchi vale 1 milione di euro

Il planning di Havas Media interessa tv, web e stampa, ma non solo: previste anche iniziative su Xbox e attività multimediali e social. Da febbraio, poi, al via "Le Figuriniadi". Il budget in crescita del 15% sul 2015

Campagne

YOUMARK.IT

Nasce il nuovo 'SuperEnalotto', con prima estrazione martedì 2 febbraio. Il jackpot diventa più ricco. DLVBBDO firma il lancio a partire dalla brand identity fino all'adv più tradizionale, passando dal web

Ogni sestina giocata ha il costo di 1 euro ed è possibile giocare anche una sola combinazione. Le estrazioni avvengono come sempre tutti i martedì, giovedì e sabato. E' stata introdotta, tra le novità, anche una nuova categoria di vincita. Indovinando due numeri della sestina estratta si ha diritto a un premio di almeno 5 euro.

Insomma, per SuperEnalotto una vera e propria svolta, che arriva a 18 anni dalla nascita, e su cui Sisal molto 'scommette' in questo 2016. Tanto, spiega Matteo Sala, Responsabile Marketing Sisal Group (nella foto), da aver incrementato di un paio di milioni l'investimento media in comunicazione, che nel 2015 si è attestato nell'ordine dei 5. Questo prevedendo, nel corso dell'anno, anche il sostegno di SisalPay e Sisal Matchpoint, per cui le attività sono al momento allo studio.

Ma tornando al nuovo SuperEnalotto, è DLVBBDO ad accompagnarne il lancio al grande pubblico, occupandosene a 360°. Dunque dalla brand identity (logo, veste grafica) all'adv, con il sorriso a fare da fil rouge, in quanto identificato come uno degli elementi chiave della nuova immagine di prodotto.

Dopo una prima fase di annuncio pianificata sui principali quotidiani nazionali, la campagna avrà una declinazione multimedia (stampa quotidiana e periodica, radio, web, long video e affissioni – pianificazione OMD) con protagonista il ricevitore Sisal, da sempre uno degli asset principali della strategia di Sisal, attraverso una rete di oltre 45mila punti vendita.

Sala: "Sono infatti i ricevitori che scendono in campo quotidianamente decretando il nostro successo. Conoscono il gioco, conoscono i consumatori e le loro storie. Dopo una fase di recruiting iniziata lo scorso novembre, ne sono stati selezionati otto. I loro volti e le loro voci racconteranno le novità del gioco".

Il piano di promozione è stato avviato oggi con una serata di lancio nel nuovo spazio milanese Food Loft, la Factory House di Simone Rugiati. Infine, un'intera città diventerà

per un giorno la 'Città del Sorriso'. Sarà Napoli, dove il 30 gennaio – alla vigilia della data di apertura del primo nuovo concorso – è prevista una festa, con animazioni ed eventi.

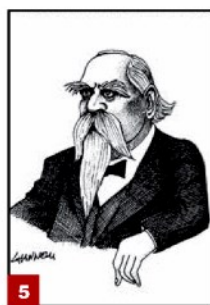
2015 Diario



Un anno di comunicazione e pubblicità

Nessuno se lo aspettava ma Expo 2015, sotto il profilo comunicativo, è stata un successo che ha trasformato l'evento in capitale simbolico per il Paese. E ha avuto effetti benefici sugli investimenti pubblicitari che, per la sola spesa di partner e sponsor, sono valutati in oltre 92 milioni di euro. Grande l'impegno anche per le attività di comunicazione e culturali nei padiglioni all'interno dell'esposizione, come quelle portate avanti dalla squadra di Vittorio Meloni (1) nel Waterstone di Intesa Sanpaolo. Una volontà di partecipare all'evento che ha coinvolto piccole e grandi aziende e della quale Edison è stata portabandiera con i suoi 300 appuntamenti organizzati da Andrea Prandi (2).

Nel 2015 ha preso sempre più forma l'idea che la cultura sia un buon veicolo per l'immagine e la comunicazione. Lo dimostrano le attività del Google Cultural Institute diretto da Amid Sood (3), investimenti come quello della UniCredit di Federico Ghizzoni (4) nel Pavillon progettato da Michele De Lucchi; la centralità data da Bpm alla cultura, dal restauro della chiesa di San Maurizio all'album di ritratti dei milanesi illustri disegnati da Emilio Giannelli, per celebrare i 150 anni della sua fondazione da parte di Luigi Luzzatti (5); il lancio di Upaperlacultura.org, il sito per finanziare restauri e iniziative culturali nato su spinta di Lorenzo Sassoli de Bianchi (6). Riconfermato per la terza volta alla presidenza dell'Upa, Sassoli ha dovuto affrontare tra l'altro l'ammodernamento del sistema dei meter, diventato urgente dopo il caso Audigate, per dare strumenti certi per pianificare la tivù, che rimane centrale per le aziende come



dimostra la pur lieve crescita dei fatturati. Una ripresina affrontata dalle concessionarie, da Publitalia con l'ad Stefano Sala (7) a Rai Pubblicità con Fabrizio Piscopo (8), adeguando le organizzazioni a un sistema in evoluzione e con gli investitori sempre più attratti dai big della Rete come Google e Facebook. Ma dinamismo lo hanno dimostrato tutte le concessionarie, come System 24 di Ivan Ranza (9), attiva in continue acquisizioni soprattutto nel digitale e unico big in saldo positivo.

La sfida dell'innovazione e del digitale è pane quotidiano anche per le agenzie media, impegnate nel 2015 in dure gare per difendere o conquistare clienti. In 'finale' si sono trovate spesso contrapposte le strutture di Giulio Malegori (10), ceo di Dentsu Aegis Network, e di Massimo Beduschi (11), ceo di GroupM, a caccia della fiducia di aziende sempre più esigenti e disinvolute nell'utilizzare il digitale per dialogare con il mondo esterno, come ad esempio ha deciso di fare l'Eni sotto la guida di Marco Bardazzi (12).

Ma chi segna veramente il trend del 2015 è papa Francesco (13), così convinto delle potenzialità della comunicazione e dei nuovi media da aver istituito una nuova segreteria dedicata a questi temi affidandola a monsignor Dario Edoardo Viganò (13).

Comunicazione e pubblicità

GENNAIO

Pierini comunica Coca-Cola Hbc Italia - Giangiacomo Pierini è il nuovo direttore comunicazione e relazioni istituzionali di Coca-Cola Hbc Italia (2 gennaio).

'Rottamiamo tutto, anche la suocera' e il web insorge - La campagna pubblicitaria della Rap, l'azienda comunale di Palermo che si occupa della raccolta dei rifiuti, per promuovere il nuovo servizio di raccolta di masserizie e mobili a domicilio ritrae una suocera legata a un vecchio divano e a un frigorifero da gettare. E si scatena il putiferio sui social network (3 gennaio).

Givenchy, 'Pretty Woman' salva la maison - Riccardo Tisci, direttore creative di Givenchy sull'orlo del fallimento, recluta Julia Roberts come testimonial e con una collezione di successo resuscita l'azienda (4 gennaio).

Massimo Ranieri, voce della campagna di Md Discount - La nuova campagna radiofonica dell'insegna Md Discount-Ld Market ha la voce del cantante e attore Massimo Ranieri, scelto come testimonial dall'agenzia Deltastudio.com (5 gennaio).

Mindshare, nuove nomine - Adriana Ripandelli, già head of digital dell'agenzia, diventa coo operations affiancando Sergio Menga, coo finance e legal, nel supportare il ceo Roberto Binaghi nella conduzione dell'agenzia insieme agli altri membri del board: Vittoria

Signorini, direttore commerciale, Manuela Paoletti, deputy general manager e Cinzia Desidera, deputy general manager e head of office (8 gennaio).

Starcom si riorganizza - Starcom MediaVest Group (Smg), divisione di Publicis Groupe, cambia la sua organizzazione e nomina Mike Amour nuovo presidente dell'area Asia-Pacifico, Iain Jacob della zona Europa-Medio Oriente-Africa e Matt Blackburn, presidente degli investimenti globali & diversificazione (8 gennaio).

Malfetti in Poligrafici Editoriale - Massimo Malfetti entra in Poligrafici Editoriale con l'incarico di sviluppare l'attività commerciale e pubblicitaria del gruppo (8 gennaio).

Calciatori Panini, svolta con il multimediale - Svolta per le figurine dei Calciatori Panini, protagoniste di una lunga serie di attività multimediali, con l'hashtag #celocelomanca, il sito Internet www.calciatoripanini.it, la pagina Facebook Calciatori Panini, il canale YouTube e feed Twitter dedicati al profilo Instagram, la app iCalciatori e MyPanini, per creare la propria figurina personalizzata (8 gennaio).

Bolloré controlla Havas - Il gruppo di Vincent Bolloré chiude con successo l'opa su Havas Group di cui era già il primo azionista. Assicurandosi il 73% del capitale (e i diritti di voto) ne ottiene la maggioranza assoluta (9 gennaio).

Spadini ceo - Havas Media Group nomina Stefano Spadini ceo di Havas Media in Italia (10 gennaio).

I gay fanno colazione da Tiffany - La nuova campagna pubblicitaria di Tiffany Usa mostra una coppia di uomini promessi sposi e si aggiunge alle aziende che hanno raccontato unioni omosessuali nelle loro campagne: tra le altre Ray-Ban, Gap e Banana Republic negli Usa, e in Italia Ikea, Findus e Vodafone (11 gennaio).

Triboo Media acquista StudentVille.it - L'azienda italiana specializzata nella pubblicità on line, quotata sul mercato Aim, acquista, tramite la sua controllata Htm.it, il 100% di Hedume, società che ha tra i suoi asset principali il sito StudentVille.it, piattaforma on line per gli studenti italiani (12 gennaio).

'Una vita da social', al via la seconda edizione - Parte a Roma la seconda edizione di 'Una vita da social', campagna educativa itinerante per sensibilizzare i più giovani ai rischi e ai pericoli del web, realizzata dalla Polizia in collaborazione con il ministero dell'Istruzione e l'Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza (13 gennaio).

Nasce in Italia GreyUnited - Il Gruppo Grey si fonde con Grey Milan e 1861United per creare la nuova agenzia italiana GreyUnited con base a Milano. La nuova agenzia full service sarà guidata in Italia dai due fondatori di 1861United, Pino Rozzi e Roberto Battaglia (13 gennaio).

Havas acquisisce Bird & Schulte Advertising - Il gruppo Havas acquisisce l'agenzia tedesca Bird & Schulte Advertising, con sede a Friburgo (14 gennaio).

In Brand Portal entra Roberta Caffaratti - Roberta Caffaratti assume il ruolo di responsabile delle attività di editoria aziendale e di content marketing operando al fianco della proprietà e del management (14 gennaio).

Teads, finanziamento da 24 milioni - La piattaforma internazionale specializzata nello sviluppo di formati premium per il video advertising ha ottenuto un nuovo finanziamento del valore di 24 milioni di euro per investimenti focalizzati sull'innovazione tecnologica negli Stati Uniti e sulle strategie di business per i mercati di Brasile, Russia, Sud Corea e Giappone. Teads fornisce la sua tecnologia a importanti editori in oltre quaranta Paesi. Tra i suoi clienti The Telegraph, The Guardian, The Washington Post, Reuters, TF1, Le Monde, Abc, Axel Springer, Condé Nast, Nikkei, O Globo (14 gennaio).

Vannetti per la comunicazione globale di Gucci - Alessio Vannetti nominato nuovo direttore comunicazione mondiale di Gucci (15 gennaio).

Fiat mette i muscoli - Per il lancio della 500X Fiat si impegna in un importante investimento reputazionale con una lunga campagna digitale culminante con lo spot della

Comunicazione e pubblicità

'pillola blu' che totalizza un record di visualizzazioni su YouTube (15 gennaio).

Brady comunica all'inter-no del Leone - Jane Brady, nominata nuovo group head of employee communication di Generali, fa parte della squadra di Simone Bemporad, direttore comunicazione e Public Affairs (19 gennaio).

Cassarotto comunica Bollati Boringhieri - Elena Cassarotto approda alla casa editrice Bollati Boringhieri per coordinare la comunicazione off e on line, mentre a Piemme la sostituisce Cetta Leonardi (20 gennaio).

Bardazzi, nuovo capo comunicazione Eni - Marco Bardazzi, giornalista della Stampa, diventa dal 16 febbraio direttore della comunicazione di Eni (21 gennaio).

Franzetti comunica Peugeot, Citroën e Ds - Eugenio Franzetti nominato direttore comunicazione e relazioni esterne del gruppo automobilistico PsA (21 gennaio).

UnipolSai partner del Coni - UnipolSai ha siglato un accordo di partnership fino al 2017 con il Coni, per sostenere la candidatura delle Olimpiadi a Roma nel 2024 (21 gennaio).

Comin&Partners, si rafforza la squadra - Tre nuovi soci nella neonata Comin&Partners: Riccardo Acquaviva, Gianluca Gian-sante e Francesco Russo (23 gennaio).

Senni torna alla comunicazione di Alitalia - Clemente Senni è di nuovo a capo delle relazioni esterne e della comunicazione di Alitalia (24 gennaio).

Nasce Team Radio - La-sciata Prs, Sphera Holding del Gruppo Company di Alberto Mazzocco e Anacleto Comin, Number One di Sergio Gervasoni e Radio Italia Anni 60 unificano la raccolta pubblicitaria in Team Radio (25 gennaio).

System 24 raccoglie per il Tempo - La concessionaria del Gruppo 24 Ore copre in particolare, per il quotidiano romano, il mercato di grandi istituzioni finanziarie, enti pubblici e tribunali, soprat-

tutto in Lazio e Centro Italia (27 gennaio).

Gruppo Ferretti comunica con Sgarbi - Enrico Sgarbi è il nuovo capo comunicazione del Gruppo Ferretti, specializzato nella realizzazione di yacht di lusso (29 gennaio).

FEBBRAIO

Boeri vuole trasparenza - Tito Boeri, docente di economia del lavoro all'università Bocconi di Milano, nel suo discorso di insediamento come presidente dell'Inps annuncia che l'istituto farà da subito un'operazione di trasparenza, rendendo noti agli utenti e alla stampa regole e atti, senza l'intermediazione dei partiti, in modo da permettere ai cittadini di giudicarle (2 febbraio).

Spot Fiat 500X e Jeep Renegade al Super Bowl - I due Suv compatti prodotti a Melfi sono le vetture protagoniste degli spot di Fiat Chrysler Automobiles trasmessi nel corso del Super Bowl XLIX, la finale del campionato di football americano che tiene incollati ai teleschermi oltre 100 milioni di americani (2 febbraio).

'Ad' alla conquista degli investitori - Per il numero di febbraio di Ad, firmato da Emanuele Farneti, incremento del 180% della pubblicità rispetto allo stesso periodo 2014 (3 febbraio).

Publicitas International, Nuernberg nuovo ceo - Joerg Nuernberg è il nuovo ceo di Publicitas International che assume anche esperti

di digital, mobile e program-matic (3 febbraio).

Federico Filippa, pr manager di Subito.it - Subito.it, la piattaforma digitale per la compravendita dell'usato, annuncia l'ingresso di Federico Filippa con la responsabilità delle attività di media e public relations e risponderà a Melany Libraro, general manager di Subito.it (4 febbraio).

Nasce Expo delle Idee - Personalità di tutto il mondo si riuniscono a Milano per approfondire i temi legati a Expo 2015. Coordinato da Salvatore Veca, Expo delle idee raccoglie proposte per la stesura della Carta di Milano da consegnare all'Onu (7 febbraio).

Audi batte Fiat in tribunale - Motivo del contendere tra i due marchi è la pubblicità della Fiat Panda Cross, che era stata ritenuta dai tedeschi lesiva dell'immagine e che aveva portato a un procedimento legale (7 febbraio).

Kia Snow Village, inizia il tour invernale con Radio 105 - Parte il Kia Snow Village, il tour invernale del brand automotive e Radio 105 in cui è possibile divertirsi a ritmo di musica testando la gamma 4x4 di Kia. Le piste delle principali località sciistiche saranno invase dalla musica, dal design e dalla tecnologia (7 febbraio).

Pubblicità sempre più mobile - Il mobile advertising è in costante crescita nonostante gli investimenti carenti. È quanto emerge da

'Mobile Marketing & Service: la partita si fa serial', ricerca dell'Osservatorio Mobile Marketing & Service, promossa dalla School of Management del Politecnico di Milano (8 febbraio).

A Adv Activa il budget 2015 di Flector - L'agenzia Adv Activa, guidata da Paolo Pedroni e Maurizio Matarazzo, si aggiudica il budget 2015 di Flector, prodotto leader nel mercato dei cerotti antidolorifici e marchio di proprietà Ibsa, distribuito in Italia, a partire da luglio 2014, dalla rete commerciale Bouty (8 febbraio).

Tre nuovi ingressi in True Company - Il gruppo italiano di agenzie con profonde competenze nelle specializzazioni verticali al servizio delle imprese, delle marche e dei prodotti, vede arrivare tre nuove figure: Emanuela Cutone (general manager), Giovanni Trabucco (executive creative director) e Giuseppe Lay (digital account) (8 febbraio).

Broggi lascia Periodici San Paolo - Mauro Broggi, direttore relazioni esterne e pubblicità della Periodici San Paolo, lascia l'azienda per nuovi progetti imprenditoriali (10 febbraio).

Rcs cambia l'offerta pubblicitaria - Per offrire progetti di comunicazione e marketing integrati Rcs Pubblicità si trasforma in Rcs Communication Solutions, struttura affiancata dalla nuova NuMix Agency, specializzata nell'offerta di dati, contenuti, eventi e piattaforme innovative (11 febbraio).

Sassoli: "Il 2015, l'anno della svolta" - Il presidente dell'Upa Lorenzo Sassoli de Bianchi prevede un ritorno al segno più per lo spending pubblicitario, evidenziando "segnali di ritrovata fiducia nella ripresa economica" (11 febbraio).

Rcs esce dalle affissioni - Rcs MediaGroup vende il proprio 34,5% di IgpDecaux, maggiore azienda italiana nella pubblicità a mezzo di affissioni e cartellonistica negli spazi urbani, metropolitane, aeroporti e trasporti pubblici (12 febbraio).



Eugenio Franzetti, direttore comunicazione di PsA.



Marco Bardazzi, direttore comunicazione di Eni.

2015 Diario

Telecom sceglie Tim come marchio unico - Telecom Italia fa un passo indietro e lascia i riflettori puntati su Tim: il brand che finora ha rappresentato il mobile del gruppo dal 2016 sarà l'unico marchio commerciale (13 febbraio).

NeroGiardini punta sulla comunicazione - L'azienda marchigiana di abbigliamento e calzature decide di darsi una struttura interna per la comunicazione e le relazioni pubbliche con a capo Fabio Paci (15 febbraio).

Cariparma con il rugby - Cariparma Crédit Agricole, che nello scorso ottobre ha rinnovato l'accordo di partnership con la Federazione italiana rugby, avvia un'intensa attività social a sostegno della palla ovale con la pagina Facebook 'Rugby Cariparma Crédit agricole', l'account twitter @rugbycariparma e un account Instagram (15 febbraio).

Publicis tratta in esclusiva per l'acquisto di 'Relaxnews' - Il gruppo pubblicitario francese vuole acquistare l'agenzia di stampa Relaxnews per 15 milioni di euro. L'accordo dovrebbe essere raggiunto entro aprile (16 febbraio).

A Piemme la raccolta dei locali di Rcs in 5 regioni - A partire da marzo, la raccolta pubblicitaria locale su carta e digitale riguardante Roma e Lazio, Veneto, Friuli, Campania e Calabria delle edizioni locali dei quotidiani Rcs sarà gestita in esclusiva da Piemme, concessionaria pubblicitaria del gruppo Caltagirone Editore (18 febbraio).

Le Pagine Gialle unite alle Bianche - Da fine mese Pagine Bianche e Pagine Gialle diventano un unico volume, arricchito con informazioni utili e curiose per chi vuole 'vivere' il territorio (18 febbraio).

Rai Pubblicità anno luminoso - Rai Pubblicità presenta la sua nuova offerta commerciale. '2015 anno luce...' è il titolo per presentare un anno di grandissimi cambiamenti. La prima novità riguarda il target commerciale scelto come

riferimento: non più la fascia 25-54 ma quella 35-64, ritenuta il segmento demografico con maggiori capacità di acquisto. Oltre al target, nuova è anche la politica commerciale che incentiva l'uso dei formati brevi, di 15 secondi, e la forma di pianificazione pubblicitaria, basata su piani 'valoriali' (18 febbraio).

HiMedia cresce in Spagna e America - Il gruppo

nuova struttura che prevede: Sviluppo Nuovi Clienti ed Eventi Speciali (Francesco Rossi), Stampa e Web Business & Luxury (Stefano Maggini), TV e Out of Home Consumer (Giovanni Russo), direzione Centri Media (Diego Olivelli), Multimedia Creative Solutions (Paolo Testa), e Marketing Strategico e Operativo (Marcella Bergamini) (24 febbraio).

fusione tra l'italiana Gtech del gruppo De Agostini e l'americana International Game Technology. La nuova holding capofila si chiamerà Igt (27 febbraio).

MARZO

Twitter, bollino di qualità per UniCredit - Il canale @UniCredit_PR, gestito dall'ufficio di Media relations della holding bancaria, ha ottenuto da Twitter il contrassegno di 'Verified Account', una sorta di bollino di qualità conferito sulla base di specifici standard che identificano il profilo istituzionale di un'azienda (1° marzo).

Bolloré si rafforza in Vivendi fino all'8,15% - A sorpresa, Vincent Bolloré mette 852 milioni sul piatto per comprare 40,5 milioni di titoli Vivendi, portando la propria partecipazione dal 5,15% all'8,15% (2 marzo).

La pubblicità scappa ancora - Secondo i dati rilevati dall'osservatorio Fcp, a gennaio 2015, i quotidiani hanno perso il 9,4% del loro fatturato pubblicitario rispetto a un anno fa. Peggio ancora per i settimanali: -10,6% (2 marzo).

Luca Biondolillo, chief communication officer di Msc crociere - i vertici del gruppo, Pierfrancesco Vago, executive chairman, e Gianni Onorato, ceo, hanno deciso di rafforzare la squadra in un momento cruciale per la compagnia istituendo un nuovo ruolo per la comunicazione da affidare a Biondolillo, che arriva nella sede madre a Ginevra dopo quattro anni a Treviso al gruppo Benetton. Msc ha infatti un piano di rafforzamento (valore di 5 miliardi di euro) che dovrebbe raddoppiare la capacità della flotta entro il 2022 (2 marzo).

System 24 si racconta - La concessionaria pubblicitaria del Gruppo 24 Ore con l'incontro 'Uno sguardo dentro, un passo fuori' presenta al mercato la 'galassia Sole' e il network di importanti testate estere e nazionali in portafoglio (3 marzo).

Wind, via alla nuova campagna - Wind on air con un teaser che introduce la nuova



Marco Patuano, ad di Telecom Italia.



Angelo Sajeve, presidente di Class Pubblicità.



Yannick Bolloré, presidente e ceo di Havas.

specializzato nella raccolta pubblicitaria digitale e nei pagamenti on line acquisisce le concessionarie di Orange in Spagna, Messico e a Miami, di cui le ultime due sedi servono a coprire i mercati ispano-americani. L'operazione include anche la firma di accordi con gli affiliati dell'operatore di tlc per la concessione dei loro spazi pubblicitari (24 febbraio).

Nuova struttura per Class Pubblicità - Angelo Sajeve, presidente di Class Pubblicità, ha varato la

Nielsen lancia in Italia Nielsen Total Ad Ratings - Dopo averlo introdotto nel 2012 in Usa, nel 2013 in Uk e nel 2014 in Francia, Nielsen lancia anche sul mercato italiano Nielsen Total Ad Ratings, nuovo strumento che permette di misurare l'efficacia di una stessa campagna pianificata in tivù e sul web, secondo le metriche di Reach, Frequency e Grps (25 febbraio).

Gtech cambia nome in Igt - Via libera della Nevada Gaming Commission alla

Comunicazione e pubblicità

campagna televisiva, sempre con il format movie e il suo testimonial Giorgio Panariello (3 marzo).

I treni Db Bahn e Öbb a Milano con IggDecaux - Parte sulle pensiline IggDecaux a Milano la nuova campagna istituzionale di Db Bahn e Öbb, le ferrovie tedesche e austriache, che dal 2009 operano sul territorio italiano tra l'Italia e Monaco di Baviera. Sotto le pensiline di alcune delle principali fermate di autobus e tram milanesi, grazie a un sensore di presenza, avvicinandosi al manifesto è possibile sentire il tipico fischio del capotreno (3 marzo).

Twister, nel capitale entra Attilio Lombardi - Cresce il numero dei partner di Twister Communications Group, società specializzata nella comunicazione d'impresa, grazie all'ingresso di Attilio Lombardi che ha acquisito il 5% del capitale (5 marzo).

Il sito di Fastweb si rinnova - Debutta la nuova versione del portale www.fastweb.it con una veste grafica rinnovata in due versioni, una per i già clienti e l'altra per chi ancora non lo è (5 marzo).

Convention e nuovo logo Mediolanum - Convention annuale in grande stile per Banca Mediolanum all'Adriatic Arena di Pesaro, che per due giorni ha ospitato 6mila persone. Parte intanto una campagna pubblicitaria per promuovere il nuovo logo nel quale il cerchio, ormai impresso nell'immaginario degli spettatori che hanno visto il fondatore del gruppo, Ennio Doris, tracciarlo nella sabbia del deserto in una serie di spot dal 2000, prende il posto del biscione (5 marzo).

Gruppo 24 Ore, Benucci direttore comunicazione - Francesco Benucci è nominato direttore comunicazione e relazioni esterne del Gruppo 24 Ore (9 marzo).

A Mp & Silva diritti media della Nfl per 42 mercati in Europa - Mp & Silva stringe una partnership strategica grazie alla quale l'agenzia potrà distribuire in 42 mercati

europei i diritti media della National football league (Nfl), la più seguita lega sportiva americana, fino al 2020 (9 marzo).

La nuova Alitalia decolla con Leo Burnett e Landor - La compagnia aerea rinnova l'immagine e il branding e sceglie l'agenzia Leo Burnett quale partner creativo di riferimento, e consolida la centrale media Mindshare per planning e acquisto spazi (10 marzo).

Sky pubblicità con Twitter - La partnership è legata a Twitter Amplify, il prodotto che consente al broadcaster e ai brand di valorizzare in maniera innovativa e in tempo reale la partecipazione che circonda un evento televisivo, raggiungendo un pubblico 'amplificato'. La partnership tra Twitter e Sky Pubblicità mette a disposizione dei brand sponsor la possibilità di inserire pre roll pubblicitari (dai 3 ai 10 secondi) prima di brevi video di alcuni dei 'top show' del mondo Sky, che verranno promossi su Twitter in concomitanza con la messa in onda del programma (12 marzo).

Tim, sponsor al Festival internazionale del giornalismo - Per il quarto anno consecutivo Tim è main sponsor

del Festival internazionale del giornalismo, giunto alla nona edizione, che si terrà a Perugia dal 15 al 19 aprile (15 marzo).

Il Cdr del Corriere della Sera contro la pubblicità Enzo-Lucia - "Caro direttore, abbiamo visto la pubblicità oggi pubblicata a pagina 24. Ci è sembrato un messaggio rischioso e in contrasto con la sensibilità che il giornale ha meritevolmente dimostrato in questi anni rispetto alla necessità di non cadere nella trappola degli stereotipi di genere". Inizia così la lettera inviata dal Cdr del Corriere della Sera al direttore Ferruccio de Bortoli. Secondo il comitato di redazione, la pubblicazione dei due annunci a pagamento firmati Enzo, e poi Lucia, non rientrano nei canoni del giornale nazionale. Le lettere sono un'idea pubblicitaria per promuovere 'Alta infedeltà', trasmissione di Real Time che andrà in onda dal 16 marzo, e hanno avuto un forte ritorno d'immagine (16 marzo).

Bpm, 2 milioni di euro per celebrare i 150 anni - Tour, francobollo, album di figurine con il Corsera, sponsorizzazioni sportive, Casa Bpm, minisito, codino negli spot di

prodotto: Bpm celebra così i suoi primi 150 anni di attività (17 marzo).

Facebook, Nestlé lancia la community per offerte lavoro - Il gigante dell'alimentazione lancia Alliance for YOUth su Facebook per aiutare i giovani a trovare lavoro (17 marzo).

Havas, crescita del 5,1% - Fatturato in crescita del 5,1% a 1,87 miliardi di euro per Havas, il colosso pubblicitario guidato da Yannick Bolloré (19 marzo).

Abi e cultura creativa - Bilancio positivo per la seconda edizione del Festival della cultura creativa, promosso dall'Associazione bancaria italiana. Per dieci giorni, sessanta città italiane hanno ospitato ottanta eventi, coinvolgendo oltre 10mila giovani (22 marzo).

Sia, De Marchi direttore della comunicazione - Gianfranco De Marchi, proveniente da A2A, assume l'incarico di direttore della comunicazione di Sia, guidata da Massimo Arrighetti (23 marzo).

Corpi delle donne vietati nei cartelloni - Il Comune di Roma dichiara guerra alla pubblicità che offende le donne paragonandole a oggetti o a spot che lascino intuire realtà di sottomissione e di supremazia di genere (23 marzo).

Banzai punta sull'analisi dei big data - Banzai ha sviluppato un sistema avanzato di analisi dei dati comportamentali, socio demografici e di acquisto della sua base di utenza per rafforzare la propria offerta pubblicitaria. Il progetto è stato realizzato con l'americana Krux, società attiva nell'ambito data solution (23 marzo).

PayPal in tivù e su web con creatività di Havas - Sei spot nell'arco di un mese e mezzo e tanta comunicazione digital per l'operatore che esordisce sul piccolo schermo (25 marzo).

Giorgio Galantis nuovo presidente di Fcp-Assointernet - Il capo di Banzai Advertising e consigliere delegato di Banzai Media è stato eletto nuovo presidente Fcp-Assointernet per il biennio 2015-2016 (26 marzo).



I 150 anni di Bpm - Nella sala delle Colonne di Banca Popolare di Milano, alla presenza del top management, l'istituto presenta le numerose iniziative che verranno organizzate fino a fine anno, tra le quali, Casa Bpm, Bpm Tour, l'emissione del francobollo celebrativo, 'L'album di Milano' (le figurine disegnate da Emilio Giannelli e pubblicate in collaborazione con il Corriere della Sera, e l'iniziativa 'Food for Thought, Food for Souls'. Nella foto, da sinistra: Matteo Cidda, responsabile della comunicazione della banca, Giuseppe Castagna, consigliere delegato e dg, Mario Anolli, presidente del consiglio di gestione, e Dino Piero Giarda, presidente del consiglio di sorveglianza (17 marzo).

2015 Diario

Entro il 2019 tre quarti della spesa pubblicitaria digitale negli Usa sarà concentrata sul mobile - L'americana eMarketer prevede infatti che, a fronte di un 2015 con investimenti ancora in equilibrio, nel 2016 gli esborsi pubblicitari vedranno un netto incremento del settore mobile. A farne le spese - dato che si parla di digital advertising - sarà la pubblicità da desktop (30 marzo).

Vitali, responsabile ufficio stampa di Vodafone - Viola Vitali assume l'incarico di responsabile ufficio stampa di Vodafone Italia (31 marzo).

Partito il Bpm Tour - Ha preso il via a Legnano la prima tappa del 'Bpm Tour, insieme da 150 anni': un viaggio nelle principali aree di presidio della banca per celebrare il traguardo dei 150 anni e ripercorrere le tappe fondamentali che l'hanno portata a diventare uno dei primi gruppi bancari del Paese (31 marzo).

APRILE

Pubblicità digitale, i grandi si alleano - Cinque gruppi editoriali anglosassoni - Guardian, Cnn International, Financial Times, Reuters ed Economist - lanciano Pangaea, un'alleanza per competere con i big del web nei sistemi automatici di compravendita della pubblicità digitale (1° aprile).

Cantarelli comunica Nexive - Maria Laura Cantarelli viene nominata direttore public affairs & corporate communication di Nexive, primo operatore privato del mercato postale in Italia (1° aprile).

Damien Marchi, global head of content di Havas Media Group - Havas Media group annuncia la nomina di Damien Marchi come global head of content a partire da aprile. La seguono le recenti partnership lanciate dal gruppo: la Global Music Data Alliance con Universal Music Group e la partnership con NewsCred, piattaforma di content marketing (1° aprile).

Oldani testimonial di Generali - Lo chef Davide Oldani, titolare del ristorante

stellato D'O a Cornaredo, alle porte di Milano, si aggiunge a campioni dello sport come Alex Del Piero e Federica Brignone come testimonial di Banca Generali. La campagna istituzionale che ha al centro Oldani, firmata dall'agenzia M&C Saatchi e curata dal fotografo Vincent Dixon, ha come claim 'Qui mi trattano come farei io' (2 aprile).

Studio 27 con l'arrivo di Roberta La Selva nelle vesti di nuovo senior vice president dell'agenzia di marketing e comunicazione del gruppo editoriale milanese (7 aprile).

Rai, Esclapon inaugura un'agenzia pubblicitaria - Costanza Esclapon, direttore comunicazione e relazioni esterne della Rai, decide di riorganizzare la struttura

all'inaugurazione è stato visitato da oltre 6mila persone (10 aprile).

'Bacia la felicità' per 100 anni della bottiglia di Coca-Cola - "Tutti, almeno una volta nella vita, abbiamo stappato e gustato una Coca-Cola ghiacciata, magari direttamente dalla bottiglia, 'baciandola', come diceva un'altra icona della storia internazionale, come Andy Warhol...", dice Fabrizio Nuccifora, direttore marketing Coca-Cola Italia. "Per tutte queste ragioni, i 100 anni della bottiglia più famosa al mondo non possono che essere celebrati anche in Italia come uno dei momenti più significativi nella storia dell'azienda" (10 aprile).

Bnl, arte e maternità - La Bnl sponsorizzerà la mostra 'La grande madre', promossa dal Comune di Milano e prodotta dalla Fondazione Nicola Trussardi, aperta al pubblico in occasione dell'Expo, a Palazzo Reale dal 25 agosto fino al 15 novembre. La mostra rappresenta la maternità attraverso le opere di oltre cento artisti del Ventesimo secolo. Bnl, inoltre, a Milano è main sponsor per il quarto anno consecutivo del Premio Bnl Gruppo Bnp Paribas, che quest'anno è stato assegnato al Milan Image Art Fair (11 aprile).

Condé Nast Italia, Ridolfo allo sviluppo business - Michele Ridolfo è senior vp business development and monetization di Condé Nast Italia con il compito di ottimizzare i flussi monetari dei brand e sviluppare nuovi business (13 aprile).

In Assolombarda inaugurata la Sala Mondadori - Una sala intitolata ad Arnoldo Mondadori a 44 anni dalla sua scomparsa viene inaugurata nella sede di Assolombarda di via Pantano a Milano (13 aprile).

Basta pubblicità sessista - Giovanna Martelli, consigliera di Renzi per le pari opportunità, dichiara guerra alla pubblicità sessista in un intervento allo Iap di Milano (13 aprile).

Illycaffè comunica con i suoi 'Dreamers' - Nuova campagna di comunicazione



Da sinistra: Daniele Manca, vice direttore del *Corriere della Sera*, Piermario Motta, ad di Banca Generali, lo chef Davide Oldani e Carlo Barlocco, deputy president di Samsung Electronics Italia, alla presentazione della partnership tra Oldani e la banca del gruppo Generali.



Giorgio Galantis, presidente di Fcp-Assointernet.



Anna Boccaccio, responsabile relazioni istituzionali Bnl Gruppo Bnp Paribas.

Campagna tivù di Bpm - Va in onda fino a giugno sui canali Cielo, Sky Tg24, Mediaset e Mediaset Premium la campagna pubblicitaria di ProFamily, la società di credito al consumo (prestiti contro cessione del quinto dello stipendio o della pensione) del gruppo Banca Popolare di Milano. La campagna è anche on line (7 aprile).

Condé Nast, La Selva senior vice president di Studio 27 - Condé Nast rafforza

in una vera e propria agenzia creativa e nomina vice direttore vicario della direzione promozione immagine Pierluigi Colantoni (8 aprile).

Inaugurato il grattacielo di Intesa Sanpaolo - Inaugurato il nuovo grattacielo torinese di Intesa Sanpaolo, progettato dallo studio di Renzo Piano. La torre, alta 166,26 metri, con un auditorium 'so-speso' e una serra bioclimatica, nel weekend successivo

Comunicazione e pubblicità

per Illycaffè firmata da Saatchi & Saatchi e focalizzata sul concept del sogno condiviso, generatore di contagio positivo (14 aprile).

Priceless Milano sul tetto di Palazzo Beltrami - Per segnalare la propria presenza durante i sei mesi di Expo 2015, MasterCard inaugura a Milano, in piazza della Scala, Priceless Milano, un ristorante che ha soltanto 24 posti su prenotazione e un prezzo fisso di 250 euro a persona. Coerente con la campagna pubblicitaria 'Priceless', che MasterCard ha adottato nel 1997, Priceless Milano è dedicato a chi vuole vivere un'esperienza eccezionale. Il ristorante è ospitato in una struttura, creata dagli architetti della Park Associati, sul tetto di Palazzo Beltrami, sede delle Gallerie d'Italia, il polo museale di Intesa Sanpaolo. L'iniziativa presentata con un evento durante la Design Week da Monica Biagiotti, marketing director Europe di MasterCard, e Stefano Barrese, direttore vendite e marketing di Intesa Sanpaolo (partner in quanto padrone di casa dell'iniziativa) (15 aprile).

Banca Popolare di Vicenza punta sul cinema - Banca Popolare di Vicenza, dopo il finanziamento della 'Grande bellezza' di Paolo Sorrentino, partecipa attraverso il meccanismo della credit tax al finanziamento di due nuove pellicole: 'Il racconto dei racconti' di Matteo Garrone, già premiato a Cannes per 'Gomorra' e 'Reality', e 'L'attesa' di Piero Messina, già aiuto di Sorrentino, con Juliette Binoche (15 aprile).

Cibo e benessere nel magazine di Pam - È un trimestrale di 270mila copie il nuovo periodico - *Pan Panorama Magazine* - lanciato dall'omonimo gruppo della grande distribuzione (15 aprile).

Esclusiva di Rcs per l'Italia con Blurum - L'accordo di Rcs con Blurum, il portale di digital loyalty tra i primi 20 per traffico giornaliero in Italia, si aggiunge a quello stretto in esclusiva con la società di crowdrebatting Madai (unione fra utenti per far calare il prezzo di un prodotto) (16 aprile).

Merrill Lynch sponsorizza Leonardo - Inaugurata a Palazzo Reale di Milano, 'Leonardo 1452-1519. Il disegno del mondo', la più importante mostra dedicata in Italia al maestro vaticano. Fondamentale il sostegno finanziario di Bank of America Merrill Lynch, che attraverso l'Art Conservation Project ha sponsorizzato il restauro di 72 progetti in 27 Paesi e, a Milano, ha sostenuto la digitalizzazione del 'Codice Trivulziano' di Leonardo nella biblioteca Trivulziana e il restauro della statua di Napoleone nella Pinacoteca di Brera (16 aprile).

Bertolli, 150 anni con una nuova campagna - Il marchio di olio di oliva Bertolli festeggia il secolo e mezzo e Initiative, network globale di comunicazione parte del gruppo Ipg Mediabrand, fa partire una campagna di video comunicazione e on air (19 aprile).

Pavesi presidente di Asorel - I soci dell'associazione delle agenzie di relazioni pubbliche eleggono le cariche per il biennio 2015-2017. Il nuovo presidente è Alessandro Pavesi di Lifonti & Company. Nel consiglio direttivo anche Mailander, Pignatti, Rosato e Tafi (20 aprile).

Sensini, addio a News 3.0 per lab Italia - Daniele Sensini lascia la casa editrice del quotidiano on line Lettera43, di cui era socio e ad, e assume la carica di direttore generale di lab Italia, l'associazione dei principali operatori di pubblicità digitale del nostro Paese (20 aprile).

Sisal reinventa il gioco - Nuova campagna di pubblicità

per raccontare come **Sisal Matchpoint** può anticipare i bisogni degli scommettitori con scommesse in esclusiva, ricchi palinsesti e tecnologie all'avanguardia. Il messaggio del nuovo spot firmato Publicis Italia è: "Da **Sisal Matchpoint** reinventiamo il gioco ogni giorno". È pensato per gli appassionati di sport ed è stato girato con veri atleti per rendere il racconto più reale (20 aprile).

Rcs, intesa con Mosaicon - Rcs potenzia l'offerta di comunicazione e servizi below the line grazie all'accordo con Mosaicon, azienda specializzata nell'ideazione, produzione, distribuzione e monitoraggio di contenuti video on line (21 aprile).

Sassoli de Bianchi confermato alla guida di Upa - Lorenzo Sassoli de Bianchi è per la terza volta presidente dell'Upa (l'associazione degli investitori pubblicitari) per il prossimo triennio (22 aprile).

Intesa Sanpaolo all'Expo - Quasi tre anni di lavoro, oltre 30 milioni di investimento, Intesa Sanpaolo è presente a Expo 2015 (di cui è global banking partner) con Waterstone, il padiglione progettato da Michele De Lucchi. All'interno di Waterstone nei sei mesi dell'esposizione sono programmati 250 eventi e 80 appuntamenti culturali. Inoltre, vengono offerti a 400 realtà imprenditoriali e a startup innovative spazi di visibilità e ospitalità per organizzare incontri e presentazioni, valorizzare i propri prodotti o stringere partnership. Tutta la direzione comunicazione che fa capo a Vittorio Meloni mobilitata sull'opera-

zione molto impegnativa per i rapporti con gli stakeholder e per i riflessi dell'immagine del gruppo bancario, anche grazie al palcoscenico internazionale di Expo (23 aprile).

Programmatic advertising in crescita - Nel 2014 il suo valore in Italia è stato quantificato pari a 110 milioni di euro (fonte: dati elaborati da lab Italia e Politecnico di Milano), in crescita sul 2013 del 120%. Nel 2015 varrà circa 200 milioni di euro (27 aprile).

Rinasce il portale web Italia.it - Il contestato portale Italia.it lanciato dieci anni fa con un investimento di 10 milioni di euro e mai decollato, prova a rilanciarsi sotto la guida di Cristiano Radaelli, commissario straordinario dell'Enit (30 aprile).

Arriva Blue 449 - Apre i battenti anche in Italia l'agenzia Blue 449, parte del gruppo Publicis, sorella di ZenithOptimedia, all'interno di una strategia globale (30 aprile).

MAGGIO

Expo, oltre mezzo milione di messaggi - Secondo i dati dell'Osservatorio Expo 2015 Milano curati da Blogmeter, il successo dei primi giorni di Expo è stato netto anche sul web: oltre 580mila messaggi sono stati raccolti tra il 30 aprile e il 3 maggio 2015, la maggior parte dei quali concentrati il 1° maggio (275.800) (4 maggio).

Fotografati in Bpm - Banca Popolare di Milano sperimenta nuove forme di coinvolgimento dei suoi stakeholder e lancia il Photo Booth Tour, un giro d'Italia della cabina fotografica protagonista degli ultimi spot televisivi. Riprendendo il lay out grafico della campagna in corso, il photo booth vuole essere un'occasione per valorizzare attraverso la fotografia le persone che nella loro quotidianità vivono Bpm. I migliori scatti verranno pubblicati su www.bpm.it (4 maggio).

Credit ai giornalisti dall'Abi - No, non si tratta di denaro contante, ma di corsi per i giornalisti (che danno diritto ai crediti formativi ob-

Arnoldo Mondadori, mitico editore a cui è stata dedicata una sala in Assolombarda, rappresentato nella figurina che fa parte dell'Album di Milano promosso da Bpm insieme al Corriere della Sera. Una raccolta dei 150 personaggi che hanno fatto la storia della città disegnata da Emilio Giannelli.



2015 Diario

bligatoria per legge) organizzati dall'Associazione bancaria italiana. Al primo corso, tenuto a Roma nella sede Abi di Palazzo Altieri, c'erano 170 giornalisti e una lunga lista d'attesa per le repliche (5 maggio).

Radiocompass sull'efficienza della radio - L'evento promosso da Mindshare e Fcp-Assoradio presenta i risultati di una ricerca condotta da GfK che evidenzia l'esistenza di tre aree che definiscono il rapporto tra ascoltatori e radio: l'accessibilità, la relazione col mezzo, la credibilità/modernità (5 maggio).

Ferrero, BMW e Barilla vincono per reputazione in Italia - Secondo l'Italy Rep-Trak 2015 del Reputation Institute è Ferrero l'azienda con la migliore reputazione nel Paese, con un indice di 89,5 punti. Al secondo posto si trova BMW con 83,3 punti, mentre al terzo c'è Barilla con 81,7 (6 maggio).

Sansoni a capo di Fuse - Nuova nomina in Omnicom Media Group, dove Valentina Sansoni assume il ruolo di head of Fuse, divisione del gruppo dedicata allo sviluppo di progetti speciali e di branded entertainment (6 maggio).

Bpm bivicatrice - Banca Popolare di Milano si aggiudica due riconoscimenti nell'ambito del premio Miglior App Finanza 2015, promosso da Of-Osservatorio Finanziario che ha analizzato 25 app di mobile banking, confrontando i servizi offerti dal sistema bancario italiano. Al primo posto della classifica si posiziona la nuova app banking di Webank, la banca multicanales del gruppo Bpm; al quinto gradino del podio si colloca Bpm Mobile di Banca Popolare di Milano (7 maggio).

Simona Giorgetti per comunicare A2A - Dopo anni a Roma come responsabile delle relazioni esterne di Poste Italiane e prima a Fabriano a occuparsi di comunicazione alla Indesit e alla Merloni Elettrodomestici, Giorgetti torna a Milano per assumere la direzione relazioni con i media,

eventi e relazioni istituzionali di A2A, multiutility milanese e bresciana che opera nei settori gas, elettricità e igiene urbana (8 maggio).

Fox, arriva 'Wayward Pines' - Massiccia attività di comunicazione per la serie evento 'Wayward Pines' su Fox. Si tratta del più grande lancio internazionale mai verificatosi per una serie televisiva (10 maggio).

realizzato dall'agenzia McCann Milano e firmato dal regista Ferzan Özpetek (14 maggio).

Enel accende Mindshare - A conclusione della prima super gara del semestre, Mindshare conquista il budget Enel (15 maggio).

Rai Pubblicità partner di Powa Technologies Ltd. - L'azienda di Viale Mazzini annuncia una partnership con Powa Technologies Limited volta a

UniCredit lancia MilanInSight - Una guida per scoprire le strade e le storie di Milano e dei suoi quartieri: è l'obiettivo del sito MilanInSight, lanciato da UniCredit. Un percorso interattivo basato su una foto panoramica a 360 gradi, composta con il montaggio di 40 mila scatti di una serie di reflex Canon, attraverso cui si accede al contenitore che chiunque potrà alimentare con immagini, aneddoti e storie, condividendo con l'hashtag #MilanInSight i 'pezzetti' della sua Milano (18 maggio).

Svolta nell'adv on line del 'Financial Times' - Il quotidiano britannico cambia l'unità di misura per la vendita di pubblicità on line adottando il cph, 'cost per hour', contro cpm, 'cost per thousand impression': dal numero di click su una pubblicità si passa al tempo di visualizzazione (19 maggio).

Unilever torna a investire in Italia - Angelo Trocchia, presidente e amministratore delegato di Unilever Italia, ha deciso di tornare a investire nel nostro Paese e lancia due nuovi prodotti: Zendium, un dentifricio destinato a un target sofisticato e a un costo molto più elevato degli altri, e Svelto per lavastoviglie. Il che significa investimenti in comunicazione. Unilever è la quarta azienda del largo consumo in Italia e investe in pubblicità 70 milioni di euro l'anno (20 maggio).

Un muro digitale per Banca Generali - La sede di un istituto di credito come location di una mostra. Accade in piazza Sant'Alessandro a Milano, dove Banca Generali ospita fino al 30 settembre 'Digital wall' di Fabrizio Plessi, artista di casa alla Biennale e al Moma, al Guggenheim e al Centre Pompidou, con schermi che trasformano le pareti della banca in cascate, colate di lava, lingue di fuoco, specchi d'acqua (21 maggio).

Fs porta all'Expo la cultura della Roma antica - Inaugurata la mostra 'Moveat Expo. Le vie del cibo: dalla Roma antica all'Europa moderna'. Organizzata nel



Waterstone, il padiglione progettato da Michele De Lucchi per Intesa Sanpaolo di Expo 2015.



Angelo Trocchia, presidente e ad di Unilever Italia.



Massimo Costa, ceo di Wpp Italia.

Parte il Festival dei Media - Dal 10 al 12 maggio si tiene a Roma il Festival dei Media, molto concentrato sul mobile e soprattutto sul programmatic advertising (10 maggio).

Wpp Italia, Costa soddisfatto - Massimo Costa, ceo di Wpp Italia, presenta a Milano i numeri della sua azienda, che nel 2014 ha fatturato 450 milioni con una crescita di +10% (10 maggio).

Cirio in tivù con spot di Özpetek - Un 'corto d'autore' per il proprio ritorno in pubblicità: è quello che ha scelto Cirio, che torna in tivù con uno spot

introdurre la soluzione di mobile commerce PowaTag sui canali di comunicazione targati Rai pubblicità (15 maggio).

Volte nuovi in MediaCom - Nuovi arrivi in MediaCom: Francesco Lucchetta, Md e Client Lead Coca-Cola, Maurizio Nasi, Innovation & Strategy Director e Pierfrancesco Petrosillo, head di MediaCom Beyond Advertising (15 maggio).

Lipu 50 anni con uno spot firmato McCann - La Lega italiana protezione uccelli celebra i suoi 50 anni di attività con uno spot tivù firmato McCann (18 maggio).

Comunicazione e pubblicità

padiglione del Gruppo Fs, l'esposizione raccoglie preziose opere concesse dalla Soprintendenza speciale per il Colosseo, dal Museo nazionale romano e dall'Area archeologica di Roma. Per l'inaugurazione è arrivata a Milano viaggiando con un Frecciarossa, una delegazione di Antichi romani (25 maggio).

Raccolta on line in Europa: 30,7 miliardi di euro - Crescita dell'11,6% e 30,7 miliardi di euro di raccolta. Sono questi i dati del mercato europeo della pubblicità on line nel 2014, secondo l'AdEx Benchmark, il rapporto annuale di lab Europe sugli investimenti in comunicazione sul web nel Vecchio continente (26 maggio).

Brand, Apple sorpassa Google - Apple sorpassa Google riconquistando il titolo di 'Brand che vale di più al mondo', secondo l'ultima edizione della classifica 'Top 100 most valuable global brands' di Wpp e Millward Brown (27 maggio).

Concerto di Milano, pienne di sponsor - Per l'evento musicale gratuito in piazza del Duomo a Milano è arrivato alla quarta edizione, si sono fatti avanti tra gli altri CheBanca!, Amica Chips, Toyota, Unipegaso, Levi's, Fidia Farmaceutici, Coop, Rimmel London e Fastweb (27 maggio).

GIUGNO

Publicis acquista 'Relaxnews' - Publicis acquista l'agenzia di stampa francese Relaxnews per 9,58 euro per azione, per un totale di 15 milioni di euro (1° giugno).

Surci al Centro Studi AssoCom - Guido Surci, chief strategy and innovation di Havas Media Group Italia, è nominato presidente del Centro studi AssoCom (1° giugno).

Wpp, azionisti contro la super paga di Sorrell - Il top manager del gigante pubblicitario Wpp rischia una rivolta contro i suoi eccessi retributivi: 43 milioni di sterline sul 2014, poco meno di 60 milioni di euro ai cambi attuali (1° giugno).

Nissan: lancia la campagna 'Juke crossover sounds'

- Il progetto sviluppato dalla casa automobilistica, di cui è ad Bruno Mattucci, e dall'hub creativo di Condé Nast, di cui è senior vp Roberta La Selva, coinvolge la musica e si avvale del dj Albertino come ambasciatore. L'investimento 2015 cresce di oltre il 5% (2 giugno).

BuzzFeed, il marketing a un manager di PepsiCo - Frank Cooper, per lungo tempo ai vertici di PepsiCo, è il nuovo chief marketing officer e chief creative officer di BuzzFeed, il sito americano che deve la sua fortuna ai contenuti editoriali in grado di diventare virali sulla Rete, ma anche al branded content, gli articoli sponsorizzati dalle aziende (3 giugno).

Il cinema italiano al Forum della comunicazione - Si parla di 'Cinema italiano, storie da comunicare' a Roma al Forum della comunicazione, grazie alla collaborazione con Editoriale Duesse (3 giugno).

Instagram e Pinterest, arriva il bottone 'compra' - Le due aziende intenzionate ad attivare il tasto per acquistare i prodotti (3 giugno).

Calvin Klein 'sveste' Bieber - Sarà Justin Bieber, vincitore di 30 dischi di platino, l'ospite speciale dell'evento che Calvin Klein ha organizzato a Hong Kong il prossimo 11 giugno (4 giugno).

Alitalia rinnova brand e livrea - "Alitalia è un marchio sexy": dice il vice presidente di Alitalia e presidente e ad di Etihad James Hogan,

presentando la nuova livrea nell'hangar Avio 7 della compagnia aerea all'aeroporto di Fiumicino (4 giugno).

Manzoni e Google alleati sull'adv digitale - A partire da settembre, la concessionaria del Gruppo L'Espresso adotterà la piattaforma Doubleclick for Publishers di Google per la gestione della pubblicità tradizionale e video on line (4 giugno).

Bonomo, global marketing solutions director - Facebook annuncia la nomina di Paola Bonomo come nuovo global marketing solutions director per il Southern Europe (Benelux, Francia, Italia, Spagna, Portogallo) (4 giugno).

Pubblicità Rai fa leva su Pow Technologies - La startup inglese permette di fare shopping durante gli acquisti grazie agli audiotag (5 giugno).

Il digitale in Italia vale il 30% della torta pubblicitaria: 2 miliardi di euro - Secondo l'Osservatorio Polimi, alla base della crescita c'è la spinta delle componenti più innovative, come social (oltre il +40%), video advertising (+15% circa) e ricavi pubblicitari su smartphone (intorno al +40%). Le media company tradizionali italiane controllano meno di un quarto del mercato degli Internet media, quando nel 2008 ne presidiavano quasi la metà (5 giugno).

Progetto 'Amici' per Vodafone - La 14esima edizione del programma di Maria De Filippi ha promosso con il supporto di Publitalia Branded Entertainment l'iniziativa Video Talent Vodafone Amici che ha coinvolto direttamente il pubblico nella votazione dei migliori aspiranti videomaker in Italia (5 giugno).

Fiumarella capo del marketing di MasterCard in Italia e Grecia - Luca Fiumarella, manager con venti anni di esperienza nel campo del marketing, entra in MasterCard con il compito di guidare le strategie di marketing sul mercato italiano e greco. Rafforzando e sviluppando la comunicazione e la promozione del brand in entrambi i mercati, guiderà lo sviluppo del programma Priceless Cities e le campagne di marketing sulle nuove modalità di pagamento 'contactless' e digitali (9 giugno).

A Lapis la raccolta di Autocapital - La concessionaria Lapis Media acquista da Alba Editing, editore di Autocapital, l'incarico per la gestione della raccolta di pubblicità del mensile e del sito www.autocapital.it (11 giugno).

Alitalia, spot per diversi mercati - I dipendenti protagonisti nella campagna di Leo Burnett che studia la creatività per l'estero. Budget da 40 mln, restyling di Ulisse e Eataly tra le novità (12 giugno).

La Bpm restituisce San Maurizio - C'erano la restauratrice Paola Zanolini, monsignor Erminio De Scalzi, il presidente del consiglio di sorveglianza di Bmp Dino Piero Giarda, il sindaco di Milano Giuliano Pisapia e l'ad della Popolare di Milano Giuseppe Castagna alla restituzione ai milanesi della chiesa di San Maurizio al Monastero Maggiore, dopo un lungo e complesso restauro. A dimostrazione della volontà di valorizzare il patrimonio artistico cittadino e regionale, Bpm è impegnata dal 1997 a sostenere i restauri di quella che, con i suoi 4mila metri quadrati di affreschi, viene considerata la Cappella Sistina di Milano e della Lombardia. La restituzione della chiesa restaurata è un simbolo della vicinanza e del radicamento della banca che celebra i 150 anni



Da sinistra: Silvano Cassano, James Hogan, Matteo Renzi e Luca Cordero di Montezemolo alla presentazione della nuova livrea degli aerei Alitalia-Etihad.

2015 Diario

di attività nei suoi territori di riferimento (12 giugno).

Malegori 'Star performer of the year' - Giulio Malegori, direttore generale e ceo di Dentsu Aegis Network Italia e Southern Europe (Grecia e Turchia), è stato premiato come 'Star Performer of the year'. La cerimonia si è tenuta a Tokyo durante la Global Leadership Conference, l'evento annuale più importante di Dentsu Aegis Network, al quale sono invitati i top 300 leader del gruppo globale che occupa 27mila persone, in 127 Paesi in cinque continenti (13 giugno).

Uliveto torna on air con The Beef - Parte la nuova campagna di Uliveto firmata dall'agenzia The Beef con Alessandro Del Piero e Laura Chiatti (14 giugno).

Dada ed EuRid, su Radio24 i domini .eu di Register.it - Gruppo Dada sviluppa una campagna radio in collaborazione con EuRid, on air per due settimane su Radio24, per promuovere i vantaggi per chi sceglie di aprire un nuovo dominio .eu (14 giugno).

Apple bloccherà l'adv sugli iPhone - Il ceo Tim Cook afferma che la privacy è un "diritto fondamentale" e presto negli iPhone sarà possibile bloccare la pubblicità sul browser Safari (15 giugno).

Rai Pubblicità, l'offerta commerciale per gli Europei Under 21 - Rai Pubblicità presenta l'offerta commerciale legata al Campionato Europeo Under 21, trasmesso in diretta in esclusiva su Raiuno e Rai Sport 1 (15 giugno).

Promozioni ai vertici di Y&R Italia - Vicky Gitto è il nuovo presidente dell'agenzia del gruppo Wpp, mentre il direttore generale Simona Maggini diventa amministratore delegato (17 giugno).

Ségolène si pente sulla Nutella - "Mille scuse per la polemica sulla Nutella. D'accordo per valorizzare i progressi che sono stati fatti". Il ministro francese dell'Ambiente e dell'Energia Ségolène Royal cerca di chiudere la polemica contro il prodotto del gruppo Ferrero accusato di essere corresponsabile del processo di deforestazione (17 giugno).

Manzotin invita a dire 'Addio al mutuo' con Blue Sound - Manzotin, storico brand italiano di carne in scatola, presenta la sua nuova ricetta e un concorso ('Addio al mutuo') con una campagna fino ad agosto on air su Rtl 102.5, Radio Italia, Radio 105, Virgin Radio e Rmc, sui periodici consumer e sulle testate trade firmata da Blue Sound (18 giugno).

di scontro dei due colossi. Lo sostiene uno studio della società londinese Ampere Analysis (22 giugno).

Pirelli, un secolo di immagini - Presentato alla Triennale di Milano 'Una musa tra le ruote', volume che ripercorre la storia della comunicazione Pirelli partendo dal fondo archivistico di bozzetti e disegni originali dal 1872 al 1972 (23 giugno).



Bruce Willis, testimonial di Vodafone.



Giulio Malegori, direttore generale e ceo di Dentsu Aegis Network Italia e Southern Europe.



Marco Tronchetti Provera (a sinistra), presidente e ceo di Pirelli e di Fondazione Pirelli, e Antonio Calabrò, consigliere delegato di Fondazione Pirelli.

Break Even adv lancia il progetto editoriale TechPost.it - Break Even adv presenta il nuovo progetto editoriale, nativo digitale, dedicato a Internet, social media e nuove tecnologie, con un occhio di riguardo al mondo mobile (22 giugno).

Pubblicità, nel 2017 l'online varrà il 28% del mercato - Facebook sta guadagnando terreno su YouTube e Google come piattaforma sulla quale fare pubblicità video. E proprio la competizione su questo mercato potrebbe diventare il nuovo terreno

Wpp lancia l'agenzia di content marketing - Wpp, DailyMail e Snapchat annunciano una partnership con la creazione di una nuova agenzia di content marketing, Truffle Pig che combinerà gli specialisti di marketing delle agenzie, redazione e social media talent (23 giugno).

Bruce Willis promuove la rete 4G di Vodafone Italia - La star americana, nella campagna in onda sulle principali emittenti televisive, alle prese con difficoltà di tutti i giorni fa affidamento sul 4G Vodafone e sull'a-

iuto di persone comuni (23 giugno).

Rcs concessionaria esclusiva per Warner Music Italia - Il gruppo Rcs potenzia l'offerta pubblicitaria della concessionaria Rcs Communication Solutions con un accordo esclusivo con Warner Music Italia per la vendita degli spazi pubblicitari del canale video di YouTube di quest'ultima su tutto il territorio italiano (24 giugno).

Intesa Sanpaolo: il fronte interno - Rafforzare il posizionamento della banca come 'leader accogliente', punto di riferimento nel mercato italiano per famiglie e imprese, è l'obiettivo della campagna che Intesa Sanpaolo lancia il 28 giugno su radio e web per promuovere Prestito Multipla e la polizza MotoConMe. Il format è nuovamente 'Storie impossibili' con Claudio Bisio, mentre Geppi Cucciari è testimonial del format su Intranet e YouTube che, a partire dal 22 giugno, è rivolto ai 40mila dipendenti del gruppo (25 giugno).

Le banche festeggiano 'Il Carlino' - Banca di Bologna, Bper Banca, Cassa di Risparmio di Ravenna, Banca di Imola, Intesa Sanpaolo, Carisbo, UniCredit supportano le numerose iniziative organizzate per celebrare i 130 anni del Resto del Carlino (25 giugno).

L'onda' di Bnl - Wave è l'iniziativa voluta da Bnp Paribas per esplorare e raccontare l'ingegnosità collettiva che, come un'onda, sta attraversando l'intero pianeta. Sono stati individuati in tutto il mondo 20 progetti innovativi e originali - commerciali e non - realizzati da persone, associazioni, ong, autorità locali, aziende con la caratteristica comune di contribuire al bene collettivo per migliorare il pianeta. Le iniziative hanno ispirato la creatività di 12 fotografi e film maker emergenti, europei, americani e asiatici, le cui opere sono presentate fino al 3 luglio a Milano, nella galleria di piazza San Fedele, sede di Bnl-Bnp Paribas (25 giugno).

Comunicazione e pubblicità

Papa Francesco istituisce la Segreteria per la Comunicazione - "L'attuale contesto comunicativo, caratterizzato dalla presenza e dallo sviluppo dei media digitali, dai fattori della convergenza e dell'interattività, richiede un ripensamento del sistema informativo della Santa Sede e impegna a una riorganizzazione che, valorizzando quanto nella storia si è sviluppato all'interno dell'assetto della comunicazione della Sede apostolica, proceda decisamente verso una integrazione e gestione unitaria", scrive papa Bergoglio per spiegare i motivi per cui in forma di 'motu proprio' ha ritenuto "che tutte le realtà, che in diversi modi fino a oggi si sono occupate della comunicazione, vengano accorpate in un nuovo dicastero della curia romana, che sarà denominato Segreteria per la Comunicazione. In tal modo il sistema comunicativo della Santa Sede risponderà sempre meglio alle esigenze della missione della Chiesa". Il nuovo dicastero, in accordo con la Segreteria di Stato, assumerà il sito web istituzionale della Santa Sede: www.vatican.va e il servizio Twitter del Sommo Pontefice: @pontifex (27 giugno).

Nomine nella Segreteria per la Comunicazione - Il Papa ha nominato prefetto il monsignore Dario Edoardo Viganò, direttore del centro televisivo vaticano; segretario monsignore Lucio Adrián Ruiz, capo ufficio del Servizio Internet Vaticano; direttore generale Paolo Nusiner, direttore generale di Avvenire, Nuova Editoriale Italiana; e vice direttore generale Giacomo Ghisani, capo ufficio Relazioni internazionali e affari Legali della Radio Vaticana e membro del Cda del Centro Televisivo Vaticano (27 giugno).

Battesimo del Teatro Caio Melisso Spazio Carla Fendi - Dopo il nuovo restauro, realizzato dalla Fondazione Carla Fendi, che ha investito 1 milione 150mila euro, si inaugura lo storico teatro accanto al Duomo di Spoleto, esempio di un modello di 'vissuto' mecenatismo fuori dagli schemi (28 giugno).

Facile.it, a Nadler Larimer & Martinelli i nuovi spot - Facile.it torna in televisione con il suo settimo ciclo di spot, questa volta firmati da Nadler Larimer & Martinelli (29 giugno).

LUGLIO

La piazza d'arte di Bpm - Dal 2 al 31 luglio, il salone centrale della sede milanese di Banca Popolare di Milano, in piazza Meda, si trasforma in una piazza d'arte per 'Roots for the future'. La mostra, allestita nell'ambito delle celebrazioni per i 150 anni della banca e organizzata in collaborazione con Spherica, raccoglie oltre quaranta opere d'arte contemporanea italiana, in parte provenienti dal patrimonio artistico della Bpm (come quelle di Pietro e Andrea Cascella, Nino Cassani, Bruno Cassinari, Arnaldo e Giò Pomodoro) e in parte frutto della creatività di talenti emergenti (1° luglio).

Publicis Groupe riorganizza le attività programmatiche - Cristina Ughes, director of Aod (VivaKi Italia), Michele Rossi, digital director di Starcom MediaVest, e Alessio Angiolillo, managing director di Performics (ZenithOptimedia), decisi a una trasformazione di portata globale, che prevede la creazione di un team Aod, composto anche da risorse delle agenzie media del gruppo (2 luglio).

Anas, Avagliano alle relazioni esterne - Anas riorganizza la comunicazione e nomina Mario Avagliano a capo delle relazioni esterne della società. Alla guida dell'uffi-

cio stampa Lorenzo Falciai, coadiuvato da Rudi Belcastro in qualità di responsabile dei rapporti con i media nazionali e da Lello La Pietra in qualità di responsabile per i rapporti con i media territoriali (3 luglio).

Triboo Media investe sul mobile - Triboo Media, specializzata nella pubblicità e nell'editoria on line e quotata all'Aim, vara Moboo adv, nuova società del gruppo esclusivamente focalizzata sulle strategie di comunicazione e pianificazione digitale sul mezzo mobile. Managing director della società è Paolo Velluto (3 luglio).

Rai Pubblicità, la vendita a performance al cinema - La concessionaria Rai, per prima in Italia, passa dalla vendita a schermo all'acquisto a contatto. Nelle 894 sale del circuito gestito da Rai pubblicità gli investitori pubblicitari potranno pianificare sulla base del costo per contatto, invece di affidarsi al vecchio concetto di schermo che non garantisce la presenza reale di audience (3 luglio).

Coca-Cola sponsor della musica italiana - Organizzato e prodotto dalla Fascino in collaborazione con Friends & Partners e con Publitalia Branded Content parte il Coca-Cola Summer Festival #DaiUnBacio a Roma a Piazza del Popolo che va in onda su Canale 5 e trasmesso su Rtl 102.5. Coca-Cola lancia anche una serie di attività per coinvolgere il pubblico a casa e in piazza sul tema #DaiUnBacio, nuovo concept della sua comunicazione (4 luglio).

Fiat celebra il '500 Day' al Parco Sempione - Per festeggiare il compleanno dell'icona Fiat, va in scena il '500 Day' presso il Parco Sempione di Milano (4 luglio).

Lactalis apre la campagna d'Italia - Il gruppo avvia una gara internazionale per la revisione del proprio incarico media, che riguarda anche l'Italia, dove il budget, come in tutta Europa, è gestito dal 2012 da ZenithOptimedia. Nel nostro mercato, in base allo spending 2014, l'investimento complessivo in Atl della multinazionale francese sfiora i 20 milioni di euro (6 luglio).

Il Pd non sa (più) comunicare - Lo sostiene Matteo Renzi durante una lunga lezione ai suoi parlamentari su come si parla o si tace in tivù. All'ultimo piano del Nazareno il leader ammette che, negli ultimi mesi, partito e governo hanno faticato a spiegare agli italiani la bontà delle riforme avviate (6 luglio).

Feltrinelli sceglie Laugomauthe per le Rough Guides - Feltrinelli Editore assegna a Laugomauthe la comunicazione per il rilancio delle prestigiose guide turistiche Rough Guides (8 luglio).

Nuvolari a Gm Comunicazione - Lt Multimedia di Valter La Tona sigla un accordo per cedere il canale televisivo Nuvolari (dtt 60) all'editrice Gm Comunicazione che fa capo alla famiglia Sciscione. La raccolta adv resta in Lt Multimedia (9 luglio).

Mindshare ancora con Google - Mindshare stringe per la seconda volta una collaborazione con Google. L'occasione è il Fast&Purple, il secondo appuntamento del Purple Program 2015, il programma di incontri organizzati da Mindshare per confrontarsi con il mercato sui temi più caldi della media industry (13 luglio).

Il Censis lancia il Circolo della Comunicazione - Il think tank guidato dal sociologo Giuseppe De Rita vara, su iniziativa del componente del direttivo Stefano Lucchini e di Giorgio De Rita, il Circolo della Comunicazione, con l'obiettivo di creare un con-



Papa Francesco e monsignor Dario Edoardo Viganò.

2015 Diario

tenitore permanente di riflessione sui temi della comunicazione d'impresa (15 luglio).

Cesare Valli in Sec - Cesare Valli, ex ad di Hill+Knowlton Europa e Italia, si assicura una quota di minoranza di Sec, gruppo di relazioni pubbliche e istituzionali di Fiorenzo Tagliabue, e ne diventa amministratore delegato (15 luglio).

Fcp, Martellini conferma presidente - L'assemblea della Federazione concessionarie pubblicità conferma all'unanimità Massimo Martellini presidente per il prossimo biennio (16 luglio).

Rai pubblicità: la radio cresce a giugno - Crescita della pubblicità per la Rai nei mesi di giugno e di luglio. Nuovi formati e progetti speciali hanno affiancato la pubblicità classica nelle offerte radiofoniche di Rai pubblicità: partnership e collaborazioni con i clienti sono state infatti le carte vincenti del primo semestre di quest'anno (16 luglio).

Commercialisti, a Msl Italia la comunicazione - L'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Milano affida la gestione della comunicazione istituzionale e delle relazioni con i media a Msl Italia, agenzia del network Mslgroup, parte di Publicis Groupe (17 luglio).

Nuovi ingressi in Contact-Lab - Entrati nella squadra della società di marketing digitale guidata da Massimo Fubini, Paolo Santori, head of product management, e Micaela Raimondi, marketing & communication director (20 luglio).

Il seme di UniCredit - Dopo un'intensa attività di comunicazione su web e social network, la banca presieduta da Giuseppe Vita e amministrata da Federico Ghizzoni inaugura a Milano il Pavilion, la struttura multifunzionale progettata da Michele De Lucchi, che sorge accanto alla UniCredit Tower. Lo spazio - 22 metri d'altezza e 3.200 metri quadrati di superficie interna - può essere auditorium, luogo per meeting, convegni, esposizione d'arte, concerti. E ha anche un asilo

nido per dipendenti e per la cittadinanza (20 luglio).

Doris declina il risparmio - "Quanto ti fa risparmiare la tua banca?". Nello spot in onda fino a fine mese, la domanda la rivolge Massimo Doris, che ha ormai sostituito il padre Ennio come testimonial di Banca Mediolanum di cui è amministratore delegato. La nuova campagna mira a comunicare i principali punti di

nicare a tutti gli stakeholder come un approccio sostenibile ai cambiamenti consenta di realizzare importanti risultati, fotografa un gruppo completamente rinnovato, caratterizzato da una nuova cultura aziendale, un forte legame con il territorio e i suoi referenti, una struttura organizzativa più snella ed efficiente e importanti investimenti in formazione e multicanalità (30 luglio).



Massimo Doris, ad di Mediolanum.



Massimo Martellini, presidente di Fcp.



Francesco Delzio, direttore Comunicazione di Autostrade, Atlantia e Adr.

Il Consiglio nazionale forense rende note le modifiche di ordine procedurale e organizzativo (4 agosto).

Tripletta per Delzio - Francesco Delzio viene nominato direttore relazioni esterne di Aeroporti di Roma, incarico che affianca a quello di direttore relazioni esterne, affari istituzionali e marketing di Autostrade per l'Italia, assunto nel 2012, e di Atlantia nel 2014 (9 agosto).

Effetto Adblocker: 22 miliardi di dollari di perdite - L'utilizzo dei cosiddetti Adblocker, i software che bloccano la pubblicità sui siti web, costeranno quest'anno agli editori quasi 22 miliardi di dollari a livello globale e si prevede che per l'anno prossimo la perdita sarà raddoppiata (11 agosto).

Wind, torna su YouTube la campagna istituzionale - Per il secondo anno consecutivo Wind sceglie l'on line e YouTube per veicolare la sua campagna istituzionale. Una scelta importante quella dell'operatore tlc che va verso la fusione con 3 Italia (12 agosto).

Monsignor Galantino: non basta salvare i migranti - Il segretario della Cei, monsignor Nunzio Galantino, prima su Radio Vaticana e poi su *Famiglia Cristiana*, lancia un j'accuse alla politica: "Non basta salvare i migranti per mettere la coscienza a posto". Dura replica di Matteo Salvini, imbarazzata quella del Pd (12 agosto).

Bt Italia, la pubblicità ricorda lo Yad Vashem - Polemiche per la campagna pubblicitaria di Bt Italia ambientata all'interno del Pantheon ma con evidenti richiami allo Yad Vashem, luogo simbolo della Shoah (19 agosto).

Nuova sigla Tim per l'avvio della stagione calcistica - Il nuovo spot di Tim (sponsor ufficiale della Serie A Tim, della Tim Cup, della Supercoppa Tim e delle competizioni Primavera Tim) s'intitola 'Basta un pallone ed è subito calcio' e descrive la passione per il calcio (21 agosto).

'Corsera': "Noi continuiamo a sostenere Matteo Renzi" - 209 imprenditori comprano una pagina del giornale di

forza di Mediolanum, come istituto solido e conveniente costruito intorno al cliente (23 luglio).

Sec sbarca in Iran - Dopo il via libera del Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite all'entrata in vigore dell'accordo sul nucleare iraniano, il gruppo di relazioni pubbliche Sec stringe un accordo con la società iraniana Pat (30 luglio).

On line una Bpm sostenibile - Banca Popolare di Milano ha pubblicato sul sito www.gruppobpm.it il 'Report Integrale di Sostenibilità 2014'. Il documento, che vuole comu-

AGOSTO

A MailUp il controllo di Acumbamail - MailUp acquista il 70% di Acumbamail, società nata nel 2012 e attiva nel campo dell'e-mail marketing in Spagna con un tasso di crescita del fatturato di oltre il 200%. L'accordo prevede anche la facoltà per MailUp di acquistare il restante 30% della società dopo tre anni dalla chiusura dell'intesa (3 agosto).

Pubblicità allo stadio? Si può - Ma l'informazione comparativa continua a essere out.

Comunicazione e pubblicità

via Solferino per far sapere che appoggiano le riforme finora fatte e che continueranno a farlo anche in futuro (22 agosto).

Sec acquisisce l'agenzia tedesca Kohl Pr - Sec relazioni pubbliche e istituzionali allarga il suo network europeo attraverso l'acquisizione della maggioranza della società berlinese specializzata nella comunicazione aziendale e politica e sottoscrive un accordo per il 75% del capitale sociale di Kohl Pr und Partner che nel 2015 sfiorerà gli 1,5 milioni di euro di fatturato (25 agosto).

Nadal, testimonial per Hilfiger - A partire dal prossimo autunno il tennista spagnolo Rafael Nadal è chiamato come testimonial da Tommy Hilfiger per le campagne pubblicitarie globali dell'underwear e del tailoring (25 agosto).

Havas, utile netto a +77 mln di euro - Havas chiude il primo semestre con un utile netto di 77 milioni di euro, mettendo a segno un progresso rispetto ai 60 milioni di euro dell'analogo periodo di un anno fa (+28%) (27 agosto).

Stefano D'Orazio testimonial di Aido - Parte on air su stampa, radio e tivù la nuova campagna d'informazione e sensibilizzazione di Aido, Associazione Italiana per la Donazione di Organi, Tessuti e Cellule, di cui è testimonial Stefano D'Orazio con la regia e il soggetto di Fausto Brizzi (30 agosto).

Gruppo Generali nuova comunicazione sul web - La veste grafica è radicalmente cambiata e anche la formula è stata ripensata tenendo conto della strategia, annunciata il 27 maggio a Londra dall'amministratore delegato Mario Greco alla comunità finanziaria, per far diventare Generali leader dello 'European retail'. L'obiettivo è che qualora qualcuno avesse bisogno di un'assicurazione pensasse subito a Generali.

Dal sito corporate, dove sono presenti tutte le notizie sulla società (bilanci, Cda, eventi societari, eccetera) in un lay out che ne rende facile e immediata la consultazione e la rintracciabilità per un uso dei colori e delle immagini, si ha accesso a

quelli commerciali del gruppo. Sul web è stata impostata una nuova strategia che privilegia le storie della mission: proteggere e migliorare la vita delle persone. Più che di storytelling è corretto parlare di 'life telling', un percorso narrativo con video, animazioni, infografiche, articoli di approfondimento: un materiale originale prodotto sotto la supervisione dell'area Media and web del gruppo (31 agosto).

SETTEMBRE

Tramite la controllata Grey Group, Wpp acquista NudeJeh - Wpp acquista l'agenzia pubblicitaria e digitale thailandese NudeJeh (1° settembre).

Quattroruote Academy, master per addetti marketing - La Quattroruote Academy celebra l'inizio del nuovo master per addetti marketing automotive rivolgendosi quest'anno ai giovani (1° settembre).

La raccolta di Mtv va a Sky Pubblicità - La raccolta pubblicitaria di Mtv è ora gestita da Sky Pubblicità. Il passaggio di consegne da Viacom Advertising & Brand Solution alla concessionaria di Sky Italia fa seguito all'accordo di cessione del canale 8 del digitale terrestre ufficializzato lo scorso 31 luglio (1° settembre).

Infront acquisisce Gsport e Sport09 - Infront Sports & Media, la società che opera nella gestione dei diritti media, marketing e pubblicitari nel mondo dello sport, acquisisce Gsport (gestione dei

diritti marketing delle squadre di calcio) e Sport09, concessionaria pubblicitaria per lo sport. Le due società saranno integrate all'interno di Infront Italy, la branch italiana del gruppo (4 settembre).

Via alla nuova campagna Telecom-Tim - Nuova campagna pubblicitaria istituzionale del Gruppo Telecom Italia con il suo marchio unico Tim che sottolinea il ruolo da protagonista dell'azienda nella realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione per la crescita del Paese (5 settembre).

Pubblicità in tivù, investimenti a -5,5% a luglio - Secondo le stime Nielsen, a luglio Discovery è a +35,6%, Mtv a +14,5% e Mediaset a +1,4%, mentre Rai è a -26,8%, Sky a -12,9%, La7 a -10% (7 settembre).

Shockdom, campagna pubblicitaria on line - La casa editrice italiana attiva nel campo dei fumetti è on line con una campagna su tre dei siti di settore più autorevoli nel panorama italiano: lo spazio bianco, comics e c4comic. L'operazione prevede l'uso di formati impattanti, quali skin e banner 300x250 (7 settembre).

Milanesiana, boom di pubblico con la Cristoforetti - Samantha Cristoforetti, astronauta italiana, è la star della kermesse incentrata su letteratura, musica, cinema, scienza, arte, filosofia e teatro ideata e diretta da Elisabetta Sgarbi (8 settembre).

Instagram apre alla pubblicità - Ora i brand possono farsi pubblicità su Instagram

anche in Italia usando la stessa piattaforma di pianificazione che si utilizza per Facebook (8 settembre).

Palazzo Italia palcoscenico per Italcementi - Con un evento mondiale Italcementi ha presentato all'Expo il suo nuovo prodotto i.active Biodynamic. Si tratta di una malta cementizia ideata nei laboratori del gruppo, un materiale sostenibile, resistente e di grande qualità estetica, adatta per opere di pregio architettonico, utilizzata per realizzare la struttura esterna e le facciate interne di Palazzo Italia, che è diventato il testimonial internazionale del gruppo (10 settembre).

Polo marketing e comunicazione digitale con FullSix e Softec - Il progetto prevede un'operazione di integrazione industriale di reverse takeover. In programma c'è l'aumento di capitale di Softec riservato a FullSix per 6,43 milioni di euro circa e FullSix diventerà titolare di circa il 70% di Softec e dovrà lanciare un'opa sulle restanti quote del capitale (11 settembre).

Format Nastro Azzurro con 'Portami Lontano' - Nastro Azzurro punta sul brand content e porta in tivù 'Portami Lontano'. Le registrazioni del programma, i cui concorrenti sono stati selezionati attraverso il concorso 'Una Nastro Azzurro Con', si sono svolte in estate. La serie in quattro episodi va in onda in contemporanea su FoxLife, Fox Comedy e Nat Geo People (15 settembre).

ADmantX aumenta il capitale di 2,16 mln - ADmantX, società di pubblicità semantica on line controllata da Expert System, quotata all'Aim, conclude un aumento di capitale da 2,16 milioni di euro mirato alla realizzazione di nuove soluzioni per il miglioramento dell'advertising on line basato sull'analisi semantica e sulla targetizzazione dell'audience (16 settembre).

MasterCard e Publitalia lanciano 'Un viaggio da campioni' - Con la partenza della Uefa Champions League debutta il format 'Un



Simone Bemporad direttore Comunicazione del Gruppo Generali.



Carlotta Ventura, direttore Brand Strategy & Media di Telecom Italia.

2015 Diario

viaggio da Campioni. Price-less Surprises', realizzato a quattro mani da MasterCard e Publitalia Branded Entertainment (16 settembre).

UniCredit sempre più fashion - Per la Fashion Week milanese (23-28 settembre), il gruppo bancario diventa sponsor ufficiale della Camera nazionale della moda. E trasforma l'UniCredit Pavilion nel quartier generale di Milano Moda Donna e nella location del Fashion Hub Market, show room temporaneo di 17 marchi emergenti internazionali (18 settembre).

Bauli nel comitato di presidenza di Upa - Michele Bauli, vice presidente di Bauli Spa, è entrato nel comitato di presidenza Upa, l'organismo associativo che riunisce le più importanti aziende che investono in pubblicità e in comunicazione (20 settembre).

Barabino per Wolters Kluwer - Wolters Kluwer, che opera in Italia nel mercato dell'editoria professionale, del software, della formazione e dei servizi con diversi brand, presenta la campagna istituzionale realizzata con la consulenza strategica di Barabino & Partners, sia per quanto riguarda la creatività sia per la pianificazione (20 settembre).

MM festeggia in periferia - La multiutility del Comune di Milano (ex Metropolitane Milanesi) che a ottobre compie 60 anni e ha preso anche la gestione delle case popolari, festeggia organizzando, affiancata dalla Fondazione Gaber, l'iniziativa di eventi e spettacoli 'Milano noi. Da Gaber a Jannacci. Dall'Ortica al Giambellino' (21 settembre).

Volkswagen nella bufera - Svelata una truffa per truccare le emissioni diesel negli Usa da parte della casa tedesca guidata da Martin Winterkorn provocando un enorme danno di immagine. Il governo tedesco preoccupato per la reputazione (21 settembre).

Il Papa negli Usa su una Fiat 500 - Dopo essere stato a Cuba, papa Francesco atterra in visita ufficiale negli Stati Uniti e per il tra-

sferimento dall'aeroporto a Washington sceglie una Fiat 500, snobbando limousine e Suv presidenziali (22 settembre).

Bpm e la moda - Banca Popolare di Milano partecipa alla Vogue Fashion's Night Out 2015 organizzata da Vogue Italia. In occasione dell'evento, l'istituto amministrato da Giuseppe Castagna apre le porte del salone centrale

lab Italia, Osservatori del Politecnico per la pubblicità digitale - lab sceglie gli Osservatori digital innovation della School of Management del Politecnico di Milano per rilevare gli investimenti pubblicitari del mercato italiano in ambito digitale, search e social compresi (24 settembre).

La casa di Intesa Sanpaolo - Sarà in onda dal pri-

ne fatte come una volta, di cui M&C Saatchi ha recentemente ridisegnato l'intera gamma di packaging: tradizionale, old barbecue, rosmarino, grigliata e olio di oliva (27 settembre).

OTTOBRE

In treno per gli Stati generali del turismo sostenibile

- Con un viaggio partito da Napoli in un treno storico, il ministro Dario Franceschini è arrivato al Museo Ferroviario di Pietrarsa per inaugurare l'evento promosso dal Mibact. Una tre giorni con esperti, associazioni di categoria e mondo no profit per fare una riflessione programmatica sul settore (1° ottobre).

Ilva trova il comunicatore - Dopo mesi di ricerche i commissari dell'Ilva hanno individuato in Rosalba Benedetto la candidata giusta per il difficile compito di comunicare la più grande acciaieria d'Europa al centro di problemi e polemiche e che rischia il fallimento se non si troveranno acquirenti disposti a farsene carico. Benedetto ha deciso di lasciare Autogrill dov'era corporate communications manager, portando con sé Davide Tammaro, suo stretto collaboratore, nominato responsabile dell'ufficio stampa nazionale (1° ottobre).

Ad agosto investimenti on line a +6,4% - L'osservatorio Fcp-Assointernet evidenzia ad agosto i risultati: web -0,6%, mobile +53,9%, tablet +100,9%, smart tv-console +2,7%. Totale: +6,4% (5 ottobre).

Via al Consumer & Retail Summit - Prende il via presso la sede milanese del Sole 24 Ore la nona edizione del Consumer & Retail Summit, evento annuale di riferimento per l'industria di marca, la grande distribuzione e i consumi (6 ottobre).

Vodafone ritira lo spot sulla fibra veloce - Vodafone pubblicizza 'la fibra più veloce d'Italia' ma secondo l'Istituto di autodisciplina pubblicitaria si tratta di un messaggio ingannevole, e l'autorità ordina al gruppo il ritiro degli spot (6 ottobre).



Il marchio Volkswagen.



Giulietta Lemmi, ad di Wolters Kluwer Italia



Rosalba Benedetto, direttore Comunicazione dell'Ilva.

della sua sede di piazza Meda per ospitare la tappa finale del Creative women in the fashion business, lo scouting tra giovani stiliste, designer e imprenditrici lanciato sul sito www.vogue.it (22 settembre).

Ryanair torna on air per i voli invernali - La compagnia aerea low cost lancia la nuova campagna crossmediale in tutta Europa per promuovere la sua programmazione invernale 2015/2016 a 'tariffe basse ogni giorno'. La creatività porta la firma dell'agenzia Dare, la pianificazione è di MediaCom (23 settembre).

mo weekend di ottobre sulle principali reti televisive la nuova campagna di Intesa Sanpaolo con protagonista sempre Claudio Bisio con il format 'Storie impossibili'. Il tema sarà la casa, non solo i prodotti finanziari offerti dal gruppo, ma anche la nuova attività di intermediazione immobiliare nelle reti di agenzie della banca (25 settembre).

M&C Saatchi con Amica Chips per il lancio di Eldorada - Parte sulle principali tivù e radio nazionali la nuova campagna di Amica Chips per il lancio di Eldorada, le patati-

Comunicazione e pubblicità

Torna 'Studio' in Triennale - Alla quarta edizione, la Rivista Studio rilancia la tre giorni con eventi, dibattiti e intrattenimento alla Triennale di Milano (8 ottobre).

Tornatore e le patatine San Carlo - Il regista premio Oscar Giuseppe Tornatore firma il lancio della nuova linea di prodotto delle patatine San Carlo, l'Antica Ricetta 1936 (11 ottobre).

Debutta #Note il nuovo magazine di Fs Italiane - Il primo numero del nuovo quindicinale dedicato ai viaggiatori del trasporto regionale, articoli brevi e in doppia lingua, italiano e inglese, gratuito, distribuito ai viaggiatori a Roma Termini e a Milano Centrale, dedica la prima copertina a Chef Rubio, lo street food fighter che lancia la nuova stagione di 'Unti e bisunti' in tivù e con la sua cucina unisce l'Italia (15 ottobre).

Il Dritto e lo Storto - Nell'area CityLife, a Milano, al 13esimo piano del grattacielo progettato dall'archistar britannica di origine irachena Zaha Hadid, è stato posto il logo di Assicurazioni Generali. Nel 2018, nei 44 piani della torre (170 metri), denominata 'Lo Storto', lavoreranno i tremila dipendenti della sede milanese del gruppo triestino che controlla CityLife, progetto di riqualificazione della Fiera Campionaria di Milano su cui già sorge 'Il Dritto', come è soprannominata la torre di 50 piani - progettata da Arata Isozaki e Andrea Maffei, e acquistata da Allianz - che prevede appartamenti, uffici, aree commerciali e culturali, un parco e un campo pratica da golf, oltre a una terza torre progettata da Daniel Libeskind (15 ottobre).

Gli italiani secondo Omd - Il gruppo media presenta la seconda edizione di 'The Future of Italy', studio su aspirazioni, comportamenti e consumi delle famiglie italiane. Oltre ai risultati delle 2mila interviste una mostra fotografica al Mudec curata da Gianni Romano (15 ottobre).

Giusy Versace e 'La mia storia incredibile' - Giusy Versace, atleta paralimpica, è protagonista della campagna 'La mia storia incredibile', nella quale racconta come la sua vita sia radicalmente cambiata dopo aver perso entrambe le gambe in un incidente automobilistico (15 ottobre).

Frode fiscale su pubblicità, ancora guai per Dell'Utri - Altri guai per Marcello Dell'Utri, ex senatore forzista ed ex presidente di Publitalia, già in carcere: la Procura di Milano gli contesta (con 8 indagati) il concorso in una 'frode fiscale' orchestrata attorno agli spazi pubblicitari venduti dai concessionari Publitalia 80 e Rti per le reti Mediaset e da Sipra spa per le reti Rai (16 ottobre).

'Insieme contro l'azzardo' vuole eliminare gli spot sul gioco d'azzardo - Il cartello 'Insieme contro l'azzardo', aderente alla Consulta nazionale antiusura 'Giovanni Paolo II', chiama in causa la commissione di Vigilanza Rai (16 ottobre).

A Veesible la raccolta di Donnesulweb - La concessionaria digital del Gruppo Tiscali sigla una partnership con Donnesulweb per la raccolta pubblicitaria del network a target donna che sviluppa mensilmente oltre 1,8 milioni di pagine viste (20 ottobre).

Il sito di Pirelli diventa un magazine - Pirelli ridisegna la propria identità digitale lanciando il nuovo Pirelli.com, una piattaforma che fornisce al visitatore una

visione globale delle tante anime che compongono il mondo e la storia di Pirelli (20 ottobre).

Upa pompieri - L'associazione degli utenti pubblicitari che per statuto gioca il ruolo di garante all'interno di Auditel, in questi giorni sta facendo da pompieri, invitando i vari soci, soprattutto quelli televisivi, a evitare polemiche e azioni che sarebbero dannose e destabilizzanti per tutti. Ma è ufficiale da mesi come l'associazione degli spender stia portando avanti il progetto della quotazione in Borsa di Auditel. L'idea è quella di trasformare nel tempo l'indagine monomediale sulla tivù in una più efficiente e avanzata, multimediale e multicanale, capace di leggere le nuove abitudini di fruizione (20 ottobre).

Sassoli: "Investiamo in cultura" - Attivo il sito Upaperlacultura.org, voluto per promuovere "la cultura dell'investire in cultura" dal presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi (21 ottobre).

Rcs, 'long form' per la nuova Hyundai Tucson - Per la nuova Hyundai Tucson Rcs lancia il nuovo formato di native advertising 'long form', format che aggiunge inediti livelli allo storytelling, permettendo di raccontare esperienze, storie e valori con testi, immagini, infografiche, animazioni, video, widget, tra cui survey di profilazione del target (22 ottobre).

Havas, terzo trimestre ricavi a 516 milioni - Havas registra un aumento delle vendite sostenuto dalla so-

lida performance in Nord America e nella maggior parte dell'Europa. Il gruppo francese segna un +5,5%, con ricavi in rialzo del 15,4% su base annua a 516 milioni di euro (22 ottobre).

Publicis taglia le stime 2015 - Il gruppo pubblicitario rivede al ribasso le previsioni sulla crescita organica nel 2015, dopo aver subito quest'anno un rallentamento inatteso delle attività nel terzo trimestre e stima ora un aumento dell'1% dei ricavi a perimetro e cambi costanti, dalla precedente previsione di un incremento del 2,5% (22 ottobre).

Juventus sostenibile - Approvato il bilancio al giugno 2015 (ricavi per 348,2 milioni di euro - oltre la metà, 194,7, dai diritti radiotelevisivi - con un risultato operativo di 19,3 milioni e il ritorno, dopo sei anni, all'utile, 2,3 milioni di euro), la Juventus prosegue sul cammino dell'ammodernamento societario che prevede anche la consapevolezza e gestione dell'impatto sociale del proprio operato. Il progetto 'Percorso verso la creazione di un valore condiviso' su cui si sviluppa il Bilancio di sostenibilità 2015 giunge alla seconda edizione, un volume di 120 pagine che spiega come il club bianconero intenda fare da apripista nel processo di innovazione del calcio in Italia (23 ottobre).

Wpp a gonfie vele - Wpp chiude il terzo trimestre con ricavi a +5,9% anno su anno, pari a 2,9 miliardi di sterline (3,6 miliardi di euro) e superando le stime degli analisti che avevano previsto vendite per 2,6 mld di sterline (26 ottobre).

Più fiducia e più risparmio - 'Risparmio e ripresa in una nuova Europa' è stato il tema della 91esima edizione della Giornata Mondiale del Risparmio organizzata come ogni anno dall'Acri, l'associazione delle fondazioni di origine bancaria presieduta da Giuseppe Guzzetti che si è tenuta a Palazzo della Cancelleria, a Roma. Nell'occasione sono stati presentati i risultati della 14esima edizione della ricerca, realizzata dall'Acri in-



Marco Girelli, ad del gruppo Omd.



Andrea Agnelli, presidente della Juventus.

2015 Diario

sieme a Ipsos, sugli italiani e il risparmio, quest'anno arricchita della parte su 'Risparmio e ripresa in una nuova Europa' (28 ottobre).

Scandalo Vatileaks Chaouqui arrestata - Francesca Immacolata Chaouqui, la pierre che faceva parte della Commissione referente per lo studio dei problemi economici amministrativi della Santa Sede, viene arrestata dalla gendarmeria vaticana assieme a monsignor Balda con l'accusa di aver diffuso documenti riservati (31 ottobre).

NOVEMBRE

Ambrosoli comunica con Nadler Larimer & Martinelli - Attraverso la creatività sviluppata da Nadler Larimer & Martinelli per radio, tivù e stampa, l'azienda dolciaria torna alla comunicazione (1° novembre).

Enel accende il viaggio di Cattelan: dall'autostop al web - Nuova campagna di Saatchi & Saatchi per Enel Energia con Alessandro Cattelan come testimonial del marchio (1° novembre).

Danone sulle radio del Gruppo Finelco con Danette - Danone rinnova l'esclusiva monoeditore a Gruppo Finelco e pianifica su Radio 105, Radio Monte Carlo e Virgin Radio la nuova campagna di Danette (2 novembre).

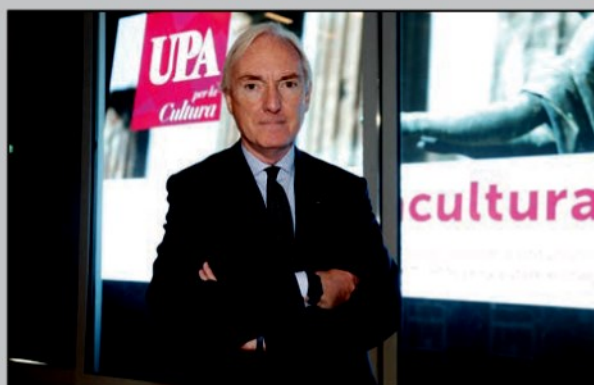
Bus entra in Scomunicare - Edoardo Bus entra nella squadra di Scomunicare, lo studio di consulenza strategica per la comunicazione fondato da Carlo Fornaro nel 2013. L'obiettivo è quello di presidiare il Nordest dove Scomunicare ha già tra i suoi clienti Veneto Banca (2 novembre).

Bpm torna on air - Nuova campagna pubblicitaria (curata da Essense, gruppo Saatchi & Saatchi) per raccontare la nuova offerta commerciale di Banca Popolare di Milano. Lo spot intende rimarcare la vicinanza della banca ai bisogni e alle aspettative dei clienti che desiderano "cambiare la propria casa". La campagna prevede una pianificazione nazionale sulle principali emittenti televisive e radiofoniche e su media digitali (2 novembre).

Iulm, Negri rettore. Turco, Canova e Miglietta pro rettori - "Sobrietà, progettualità ed economia". Sono le tre parole del nuovo rettore della Iulm, il professor Mario Negri, succeduto a Giovanni Puglisi. Negri, docente ordinario di civiltà egee, che sarà in carica fino al 2020, ha nominato tre pro rettori: il professor Angelo Turco, come pro rettore vicario con

Il filmato rende omaggio a Billy Elliot, film e musical inglese con colonna sonora di Elton John, che quest'anno festeggia il 15esimo anniversario, e può essere visto su tutte le piattaforme Burberry (5 novembre).

Bnl per i grandi - In 450 filiali e 50 centri si è svolta 'Creo Bnl per gli imprenditori' (sedi dedicate ai proprietari d'azienda) la quarta edizio-



Lorenzo Sassoli de Bianchi



Alessandro Cattelan, testimonial per Enel.



Joël Dicker, 'The Ds writer'

delega alla didattica e alla ricerca; il professor Gian Battista Canova, con delega alla comunicazione, agli eventi e ai rapporti con le istituzioni culturali; il professor Antonio Miglietta, con delega alle politiche economico-finanziarie dell'ateneo, all'innovazione e al fundraising (3 novembre).

Burberry riunifica tutti i brand - Burberry si prepara al Natale con il filmato 'Festive 2015' con un cast tutto inglese di attori, musicisti e modelli che saltano in aria con aria felice indossando versioni diverse del celebre trench.

ne di 'EduCare Day Bnl'. Alle 17,30, terminata l'attività operativa, le sedi hanno ospitato una serie di incontri durante i quali esperti della banca del gruppo Bnp Paribas hanno spiegato le strategie di prevenzione, protezione e assicurazione utili a una famiglia per acquistare, per esempio, un immobile, per risparmiare o per garantire ai figli un percorso scolastico adeguato. Sono stati forniti anche elementi per la gestione di un'attività imprenditoriale, compresa la salvaguardia dei più diversi rischi operativi (5 novembre).

La top Irina Shayk nuovo volto per L'Oréal - La top model russa Irina Shayk è il nuovo volto del colosso della cosmetica francese L'Oréal Paris dopo Bianca Balti, Lara Stone, Natasha Poly, Julianne Moore, Naomi Watts ed Eva Longoria (6 novembre).

The Ds writer - Uno scrittore di noir sta progettando la sua nuova opera: un banchiere tedesco salvato dall'affogamento nella Senna, quattro morti ammazzati nella Foresta Nera. Si mette in macchina e detta la sua storia al sistema digitale Apple Carplay incorporato all'auto. Vera l'auto, la nuova Citroën DS 4. E vero lo scrittore, il giovane svizzero Joel Dicker, che con 'La verità sul caso Harry Quebert' ha venduto 4 milioni di copie, 500mila soltanto in Italia. Il nuovo noir di Joel Dicker, 'The Ds writer', è anche la nuova campagna pubblicitaria della DS 4: pubblicato a partire dal 9 novembre sul sito www.nuovads4.it, in cinque puntate da due minuti l'una, ha un finale sospeso. Per sapere come va a finire, il lettore acquirente deve presentarsi al drive test dal concessionario Psa: riceverà in omaggio il volumetto stampato (9 novembre).

Iap controlla anche la pubblicità comportamentale on line - L'Istituto dell'Audiodisiplina pubblicitaria, oltre al controllo sui contenuti della pubblicità alla luce del proprio codice, allarga il controllo anche sulla pubblicità comportamentale on line, a tutti nota come 'on line behavioural advertising' (9 novembre).

A Coccon la comunicazione di Esselunga - Giuseppe Coccon lascia Poste Italiane per approdare al colosso della grande distribuzione organizzata Esselunga come direttore comunicazione, relazioni esterne e rapporti istituzionali (10 novembre).

Bruno Bertelli cresce in Publicis Worldwide - Il ceo ed executive creative director di Publicis Italia è nominato anche executive creative director Western Europe di Publicis Worldwide (10 novembre).

Comunicazione e pubblicità

**Tranchini a La Fabbri-
ca** - Daniele Tranchini, una carriera trentennale nel settore del marketing e della comunicazione, diventa amministratore delegato di La Fabbri, agenzia di comunicazione internazionale specializzata in corporate reputation nel settore edutainment con sedi a Milano, San Paolo, Buenos Aires e Santiago del Cile (10 novembre).

AssoCom entra a far parte di Icco - AssoCom entra nell'International Communications Consultancy Organisation. Nel 2016 sarà membro associato e dal 1° gennaio 2017 diventerà membro a pieno titolo (12 novembre).

Battesimo con l'ambasciatrice - Alba Beatriz Soto Pimentel, l'ambasciatrice della Repubblica di Cuba in Italia, Giovanni Toti, presidente della Regione Liguria, e una squadra di direttori di quotidiani e periodici, tutti ospiti di Pierfrancesco Vago e di Gianni Onorato, rispettivamente executive chairman e chief executive officer di Msc Cruises, alla cena per festeggiare e presentare i nuovi itinerari nel Mar dei Caraibi, al debutto il 22 dicembre con il nuovo homeport al club Havana Stars. Nel corso della serata Carlo Cracco ha fatto assaggiare alcuni piatti dei menu di Natale e Capodanno da lui firmati per i crocieristi. A fare da anfitrión Giancarlo Aleri che, con la sua capacità di intrattenere rapporti con i giornalisti e con i suoi vini, affianca Msc per le sue cene (12 novembre).

The Story Group partnership a Teheran - Il gruppo di comunicazione di cui fanno parte Lifonti & Company, Cabiria BrandUniverse e Social Content Factory allarga il suo business all'Iran grazie a un accordo con l'agenzia Mana Payam di Teheran (12 novembre).

Ruosi lascia Condé Nast - Romano Ruosi, senior vice president & branded solutions di Condé Nast Italia, lascia la casa editrice guidata da Giampaolo Grandi (13 novembre).

Aci si apre all'esterno con Fois - "La burocrazia è una strada intricata. Aci ha cominciato a scioglierla". Con questo slogan che campeggia sull'immagine di un gomito di autostrade, Aci celebra sulle pagine dei principali quotidiani il traguardo del milionesimo certificato di proprietà digitale prodotto per gli automobilisti italiani. La 'smaterializzazione' del prezioso foglio offre maggiori garanzie contro le frodi e minori trafile per 40 milioni di italiani. Mentre la digitalizzazione dei servizi avanza, Aci cambia la propria strategia comunicativa e si apre all'esterno. A gestire le relazioni esterne e gli affari istituzionali è il nuovo consigliere Ludovico Fois, 37 anni, cagliaritano (15 novembre).

Un advisory board per led Milano - La scuola di comunicazione di led Milano crea il suo advisory board, una squadra di manager di fascia alta, con Suzana Apelbaum, creative director di Google, Lorenzo Foffani, creative strategy lead di Imagination ed ex head of strategy di Saatchi & Saatchi, Matteo Sarzana, general manager Italy di Deliveroo ed ex general manager di Vml-Young & Rubicam Brands e Zooppa (16 novembre).

Il cinema sociale di Bayer - Presentato all'università Cattolica di Milano il libro di Raffaele Chiarulli 'Social movies. Dal cinema digitale al cinema sociale', dove si racconta come esempio l'esperienza di Daniele Rosa, direttore della

comunicazione di Bayer, che da dieci anni è impegnato nel fare film a sfondo sociale (16 novembre).

Sala premiato come comunicatore - Giuseppe Sala, commissario di Expo 2015, si aggiudica il nono Premio alla Carriera assegnato dal 2009 da Assorel a chi abbia dimostrato qualità di eccellenza nella realizzazione di un progetto, utilizzando la leva delle relazioni pubbliche e della comunicazione d'impresa. Se Expo non ha mai voluto costruire una classica campagna di comunicazione, in compenso è riuscita a godere i benefici del grande lavoro delle aziende partner. Secondo le ricerche realizzate da Nielsen, che negli ultimi due anni ha misurato gli investimenti pubblicitari delle oltre 80 società partner e sponsor dell'evento, da luglio 2013 si calcola una spesa in comunicazione di 170 milioni, di cui 90 nei primi dieci mesi del 2015. Molto alta anche la popolarità di Sala, secondo i dati dell'Osservatorio Reputation Manager: durante il semestre dell'evento milanese, il commissario di Expo 2015 è diventato anche una star di Instagram, con 14mila follower (18 novembre).

On line il nuovo sito di Palazzo Chigi - Parte il nuovo www.governo.it con l'agenda del premier e una mappa interattiva per dare un segnale della necessità di innovazione tecnologica anche - se non soprattutto - da parte dell'esecutivo (21 novembre).

Eni, primo nella gara dei siti web - Il cane a sei zampe anche nel 2015 rimane alla guida dell'annuale classifica Webranking di Comprend, condotta in Italia per la quattordicesima volta dalla società specializzata Lundquist in collaborazione con *Corriere Economia* (22 novembre).

Triboo Media, utile a 1,9 mln (+39%) - Triboo Media, azienda specializzata in pubblicità digitale, registra nei primi nove mesi del 2015 un utile netto di 1,9 mln di euro, in crescita rispetto agli 1,4 mln dello stesso periodo del 2014 (+39%) (23 novembre).

La7 affida la raccolta adv on line a WebSystem - La7, editore televisivo del Gruppo Cairo Communication, e WebSystem 24, divisione digital di System 24, la concessionaria di pubblicità del Gruppo 24 Ore, raggiungono un accordo per l'affidamento a quest'ultima della raccolta pubblicitaria in esclusiva dei siti La7.it, Tgla7.it, La7d.it e delle app Tgla7 e 'Crozza nel Paese delle Meraviglie' (23 novembre).

Triboo Media compra Brown Editore - Triboo Media acquisisce il 100% di Brown Editore, per una valorizzazione complessiva di 3,75 milioni. L'operazione coinvolge i siti Finanzaonline.com, Finanza.com e Borse.it (24 novembre).

Nespresso porta il caffè alle Poste - Il marchio di caffè porzionato della Nestlé inaugura con Poste Italiane un nuovo servizio dedicato ai soci del Club membership che fanno acquisti on line o per telefono e possono ritirare gli ordini direttamente nelle insegne gialloblu (24 novembre).

DbInformation, Francesco Briglia direttore dell'Area Building - L'area comprende cinque riviste, tra cui l'ultima specializzata in architettura, una testata ideata da Francesco Briglia e appena lanciata sul mercato che si chiama *The Next Building*. La società DbInformation (ex Reed Business Information) è controllata da Nini Briglia e Gianni Vallardi (25 novembre).



Giancarlo Aleri, Gianni Onorato, Alba Beatriz Soto Pimentel, Carlo Cracco e Pierfrancesco Vago, alla cena di Msc Crociere.

2015 Diario

Catturarli da piccoli - In collaborazione con il Miur, su impulso di Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio, Abi, Acri Banca d'Italia e Consob, si svolge dal 23 novembre al 4 dicembre in tutte le scuole del Lazio 'Econo-mix, le Giornate dell'educazione finanziaria - Economia, denaro legalità, fiscalità, sostenibilità, imprenditorialità, previdenza'. La manifestazione è stata presentata a Roma a Palazzo Altieri con una tavola rotonda a cui hanno partecipato Antonio Patuelli, presidente dell'Abi, Andrea Beltratti, presidente della Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio, il presidente Mauro Maria Marino, presidente della commissione Finanza e tesoro. Sono intervenuti anche Luigi Abete, presidente di Bnl, Gabriele Toccafondi, sottosegretario del Miur, Tito Boeri, nella duplice veste di presidente dell'Inps e del Festival dell'economia di Trento (25 novembre).

Ing punta all'università - Ing Bank Italia, in collaborazione con H-Farm, ha organizzato alla Iulm di Milano la quinta tappa del 'Ing Challenge. Join the start-up tour', un progetto che punta a fornire un supporto concreto e continuativo alla formazione dei giovani talenti italiani sui temi dell'imprenditorialità e del digitale, mostrando le opportunità di business nei settori più innovativi e con maggiori prospettive per il futuro. L'obiettivo di Ing Bank è lanciare 50 giovani nuovi imprenditori entro il 2020 e offrire, attraverso la collaborazione con H-Farm, 25mila ore di mentorship (26 novembre).

InTesta, Ferrandi direttore creativo - Il team di InTesta cresce con l'arrivo di Emanuela Ferrandi, nuovo direttore creativo (30 novembre).

Bnl per i piccoli - Per il secondo anno consecutivo 'EduCare Scuola', realizzato in collaborazione con Giunti Editore, per far conoscere ai bambini di tutti gli istituti primari italiani i concetti base

dell'economia quotidiana (30 novembre).

Mediolanum gira a Lisbona - Ha ancora come testimonial Massimo Doris ed è stato girato a Lisbona lo spot della campagna di comunicazione di Banca Mediolanum - on line dal 13 dicembre al 2 gennaio - dedicata al portafoglio elettronico Mediolanum Wallet. Realizzata da Red Cell con la di-

DICEMBRE

Cinquepalmi e Venturelli in Publicis Milano - Bruno Bertelli, ceo di Publicis Italia, nomina Luca Cinquepalmi e Marco Venturelli direttori creativi esecutivi di Publicis Milano (1° dicembre).

Ryanair accusa Google di pubblicità menzognera - La compagnia aerea low cost trascina in tribunale l'agenzia

apre le porte a Roma il Press Point, punto di riferimento dei media che intendano interfacciarsi con le istituzioni italiane in occasione del Giubileo, allestito presso la Sala Teatro del Santo Spirito in Sassia, in via dei Penitenzieri (4 dicembre).

La3 media partner dei Web Show Awards - La tivù multiplatforma di 3 Italia per il terzo anno consecutivo è media partner di Web Show Awards, l'evento dedicato alle star italiane del web (5 dicembre).

Esselunga: Babbo Natale viaggia in Smart - Il primo spot realizzato da Armando Testa per Esselunga, il gigante italiano della gdo, vede come protagonista Babbo Natale, la cui slitta viene affiancata da una Smart For Four (6 dicembre).

'Bild' on line, chi usa adblock non legge - Vittoria di Axel Springer che impedisce la lettura degli articoli del sito Bild.de agli utenti che bloccano la pubblicità tramite i programmi di adblock: il 66% degli utenti decide di riaprire alla pubblicità (7 dicembre).

Condé Nast, al via il primo native content - On line il primo native content - uno short film - di Condé Nast realizzato per i vent'anni di Vodafone in Italia: sulla piattaforma Cn Live! è stato aperto un canale dedicato a Vodafone e al suo progetto #20anniinsieme di cui fa parte il film 'Vent'anni di noi' (10 dicembre).

System 24 acquisisce 'Studio' e 'Undici' - La concessionaria pubblicitaria del Gruppo 24 Ore acquisisce la raccolta pubblicitaria delle due riviste Studio e Undici, sia per l'edizione cartacea sia per i siti Internet. La concessionaria sarà inoltre partner per le iniziative dal vivo (11 dicembre).

Altan e l'immaginazione dei bambini - Un connubio di grande creatività da cui è nato il calendario artistico 2016, un appuntamento ormai parte della comunicazione di Snam. I disegni e le sollecitazioni fantastiche dei bambini che hanno partecipato al progetto



La copertina del calendario artistico 2016 Snam disegnata da Altan.



Giuseppe Sala, ex commissario Expo 2015



Daniele Rosa, direttore Comunicazione Bayer

reazione creativa di Roberto Vella e la casa di produzione è Fargo Film (30 novembre).

Cambiamenti alla Cdp - Dopo l'annunciata uscita di Guido Rivolta, a Cassa Depositi e Prestiti la responsabilità delle relazioni esterne passerà a Gabriele Lucentini, quella degli affari istituzionali Italia ed estero a Carlo Baldocchi (che già era a capo delle attività internazionali), mentre l'ufficio studi guidato da Simona Camerano passerà sotto le competenze della direzione generale (30 novembre).

di viaggi on line eDreams e il motore di ricerca Google per pubblicità falsa e ingannevole nella vendita dei suoi biglietti aerei (1° dicembre).

Anci e lap contro la pubblicità sessista - Un numero sempre maggiore di comuni italiani si impegna a far rispettare modelli di comunicazione commerciale che non contengano immagini di violenza contro le donne, non lesive della dignità e che evitino il ricorso a stereotipi di genere (2 dicembre).

Giubileo: apre il Press Point per 100 giornalisti - In collaborazione con l'Eni,

Comunicazione e pubblicità

‘La rete del sapere: scienza, conoscenza... e fantascienza’ hanno ispirato l’artista che ha firmato e realizzato i disegni dove campeggia la Pimpa in scenari coloratissimi.

Il progetto ‘Storie che raccontano il futuro’, alla sua seconda edizione, ha visto la partecipazione di circa 400 scuole, coinvolgendo 900 classi e quasi 20mila alunni di tutta Italia e ha varcato i confini nazionali, arrivando alla Southfields Primary School di Peterborough in Gran Bretagna e all’istituto Leonardo da Vinci di Parigi. A ogni scuola iscritta, Snam ha consegnato un kit didattico contenente tutti gli strumenti necessari per divertirsi e imparare insieme (11 dicembre).

Ania, Farina presidente - L’Associazione nazionale delle imprese di assicurazione elegge presidente Maria Bianca Farina. Farina, già vice presidente Ania, è ad di Poste Vita e Poste Assicura e nel comitato direttivo di Aif (15 dicembre).

A System 24 la raccolta di ‘Vedomosti’ - System 24 International, la divisione estero della concessionaria pubblicitaria del Gruppo 24 Ore, acquisisce la raccolta pubblicitaria per il mercato italiano di Vedomosti, prestigioso quotidiano economico finanziario indipendente in Russia, del suo sito *Vedomosti.ru* e del supplemento di moda e lifestyle Kak Portrait (16 dicembre).

Nasce Hdrà di Mauro Lucchetti - Prende il via Hdrà, (si legge ‘accadrà’: ndr) e si qualifica come un gruppo in grado di seguire un progetto dall’ideazione alla realizzazione passando per la comunicazione tradizionale e social. Quattro le business unit: Aletheia per la comunicazione, Consenso per le relazioni istituzionali e le media relations, Medita per la comunicazione social, e Overseas per l’organizzazione di eventi (17 dicembre).

150 anni con ironia - Con le sue battute Enrico Bertolino, una laurea alla Bocconi, un passato da bancario e un presente da comico, non si è tirato indietro nel bastonare il mondo bancario alla sera-

ta di gala che ha concluso le celebrazioni per il 150esimo della Banca Popolare di Milano. Nella sede storica di piazza Meda, sotto la cupola velaria progettata da Giovanni Greppi, oltre ai consiglieri di sorveglianza e gestione (tra cui il presidente del consiglio di sorveglianza Dino Piero Giarda, quello del consiglio di gestione Mario Anolli e il consigliere delegato Giuseppe Castagna) e i manager di prima linea della banca, erano presenti circa 300 invitati tra clienti, imprenditori, politici e rappresentanti delle istituzioni.

L’evento ha avuto risvolti

Havas acquisisce Gemini Healthcare Llc - Havas Group acquisisce la società specializzata in marketing e comunicazione sanitaria, esclusivamente dedicata alla creazione di campagne di brand innovativi e focalizzata sulle interrelazioni tra aziende farmaceutiche e biotecnologiche (21 dicembre).

Parte il polo radiofonico da 140 mln di euro in pubblicità - La raccolta pubblicitaria del gruppo radiofonico Finelco (105, Rmc, Virgin Radio) dal 2016 passerà a Mediamond, concessionaria controllata da Publitalia e Mondadori consolidando il polo radiofonico



Enrico Bertolino alla serata di gala che il 18 dicembre ha concluso le celebrazioni per il 150esimo anniversario di Bpm.

benefici (a favore dell’Opera Cardinal Ferrari onlus) raccogliendo 25.100 euro con un’asta degli originali delle figurine con cui Emilio Giannelli (anche lui un passato in banca, al Monte dei Paschi di Siena) ha raffigurato i milanesi che hanno fatto 150 anni di storia di Milano, raccolte nell’album realizzato dal *Corriere della Sera* in collaborazione con Bpm.

La figurina che ha raggiunto la maggiore quotazione, 1.500 euro, è quella di Enzo Jannacci, seguita da quella di Giorgio Gaber. Quest’ultima se l’è assicurata Barbara Berlusconi, amministratore delegato del Milan (di cui Bpm è sponsor), che poi è prevalsa nel braccio di ferro con l’altro ad della società rossonera, Adriano Galliani, nell’ottenere per 1.300 euro anche la caricatura di un mostro sacro della storia milanista, Nereo Rocco (19 dicembre).

messo a punto da Mediaset (23 dicembre).

Come ti supporto i personal advisor - Widiba, la banca on line del gruppo Monte dei Paschi, da metà dicembre ha fornito gratuitamente ai suoi promotori finanziari un sito Internet con il loro profilo professionale e le certificazioni ottenute, oltre a informazioni legate alle loro attività, quali iniziative sul territorio e nuovi servizi. Il pacchetto di servizi messo a disposizione da Widiba comprende anche l’utilizzo del social network, spazi informativi sul web (tra cui un tg mattutino ‘Daily News’, con la sintesi dell’andamento dei mercati, ‘Flash News’, al mattino e la sera, con le novità, e ‘Trend’, un approfondimento pomeridiano) e prevede l’avvio di corsi di formazione dedicati, tra l’altro, a temi come il personal branding digitale e le tecniche di social selling (23 dicembre).

I viral video di My Unipol Banca - È partita una nuova campagna di awareness ed engagement di My Unipol Banca, la banca on line del gruppo Unipol, per rilanciare il concorso ‘10 anni in salute’. L’operazione, che vede nuovamente la digital company Nimai al fianco del gruppo finanziario e assicurativo bolognese, è incentrata sul target consumer e dà la possibilità di vincere una copertura sanitaria UniSalute per 10 anni. La campagna di comunicazione a sostegno – quattro mini video settimanali e una rubrica social settimanale – ironizza sugli utenti che, invece di affidarsi a esperti e fonti ufficiali, preferiscono curarsi con il ‘fai da te’ e consigli trovati sul web.

I viral video sono on line dal 3 dicembre sui profili ufficiali My Unipol Banca: Facebook, Twitter, YouTube e Google+ (23 dicembre).

Non esiste l’Eldorado della pubblicità - Massimo Beduschi, ceo e chairman di GroupM, la parent company media del gruppo Wpp, leader del mercato con un amministrato che vale quasi il 45% della pubblicità intermediata, fa con *Prima* il punto su come è andata la pubblicità in Italia e cosa ci aspetta per il futuro. Nel 2015 una crescita ancora risicata, “all’incirca del +1,5% grazie a una buona accelerazione finale”, ma che nel 2016 potrebbe consolidarsi e “superare il 2,2%, emancipandosi dalla spinta ultimamente decisiva dei giganti stranieri del web e dei social”. Saranno crescenti l’attenzione per programmatic advertising, big data e content marketing, “ma non bisogna ubriacarsi di ‘nuovismo’ e dimenticare il ruolo e alcune delle peculiarità dei media più tradizionali”. Sconti e ribassi? “Senza di noi sarebbe stato peggio per tutti...” (28 dicembre).

Esclapon dà l’addio alla Rai - Costanza Esclapon lascia, in accordo con l’azienda, la direzione comunicazione e relazioni esterne della Rai e si rende disponibile a fornire il supporto per il tempo necessario all’individuazione del nuovo direttore (31 dicembre).

(© riproduzione riservata)