



**"The Best Driver" per Heineken 0.0
è Max Verstappen. Firma Le Pub**

p.12



GIOVEDÌ SCORSO A PALAZZO COMITINI

A PALERMO IL CONSIGLIO DIRETTIVO E LA FESTA DELLE TERRITORIALI UNA

Nel corso della serata è stato consegnato il premio delle Territoriali UNA a Enrica Arena, CEO della start up siciliana OrangeFiber



IL DEBUTTO CON UNA MINISERIE

PAMPERS CON S&S PER "FACCIAMO PROGRESSI"

Il progetto, diffuso attraverso l'app Coccole, ha l'obiettivo di offrire ai genitori un po' di sostegno nella crescita dei figli

ALL'INTERNO

p.10

Your Export Studio
sceglie Yolo Plus per il
lancio di Yes Connect

p.13

Lavazza lancia il
digital magazine
The Blender

p.15

Domani al Senato il
Terzo Rapporto Ital
Communications-Censis

p.20

In FERPI nasce
la Commissione
"Relazioni di genere"



LA PREMIAZIONE IL 29 SETTEMBRE

PREMIO GAMMADONNA 2023, ANNUNCIATE LE 7 FINALISTE

Sono Sabrina Fiorentino, Roberta Ligossi, Susanna Martucci, Raffaella Moro, Elisa Piscitelli, Dina Ravera e Cristiana Vignoli



IL TÈ DELLE CINQUE SU OLTRELA MEDIA.TV

CON NIO COCKTAILS IL DRINK DIVENTA "FAI DA TE"

Opiti i Fondatori Alessandro Palmarin e Luca Quagliano. Oggi in studio Federico Filippa di Amazon

PALERMO OSPITA IL CONSIGLIO DIRETTIVO E LA FESTA DELLE TERRITORIALI UNA

Giovedì 20 luglio, Palermo è diventata teatro della comunicazione italiana, dando il benvenuto al Consiglio direttivo e tutti i rappresentanti delle Territoriali di **UNA**, Aziende della comunicazione unite, la cui seduta si è spostata per l'occasione da Milano allo splendore di Palazzo Comitini, e alla Festa delle Territoriali di UNA, nel contesto suggestivo dell'orto botanico di Palermo. Sul palco si sono alternati gli interventi di **Michelangelo Gruttadauria**, Presidente del Sistema Museale dell'Ateneo dell'**Università degli Studi di Palermo**, **Roberto Lagalla**, Sindaco di Palermo, **Carmelo Frittitta**, Direttore generale del Dipartimento delle Attività Produttive della **Regione Siciliana**, **Caterina Tonini**, membro del Consiglio Direttivo, **Michele Cornetto**, responsabile delle Territoriali UNA, e **Alberto Gange**, delegato UNA per la Sicilia.

«Dove prima non vi era alcuna agenzia aderente, oggi, grazie all'intraprendenza di un buon numero di strutture altamente professionali presenti nella regione, l'importanza strategica della comunicazione e i più aggiornati valori professionali stanno diventando un punto di riferimento per aziende e istituzioni» ha ribadito il Presidente di UNA, **Davide Arduini**.

La serata è stata presentata da **Roberto Gueli**, Presidente dell'Ordine dei

Giornalisti di Sicilia che ha dialogato con l'attore palermitano **Alessio Vassallo**, volto noto del cinema e della televisione italiana.

Durante la serata, **Davide Arduini**, presidente di UNA, ha annunciato la donazione da parte di UNA di mille euro a Sperone 167, un'alleanza creativa di istituti, aziende, associazioni del terzo settore e singoli individui, al fine di contribuire alla realizzazione delle prossime opere nel quartiere Sperone di Palermo. Sempre a Sperone 167 sarà devoluto il ricavato dell'asta che ha animato la serata, con la finalità di riqualificare il quartiere palermitano. Nel corso della serata è stato consegnato il premio delle Territoriali UNA a **Enrica Arena**, CEO **OrangeFiber**, startup siciliana che produce tessuti sostenibili dai sottoprodotti del succo di agrumi, innovazione che consente di valorizzare ulteriormente il bellissimo territorio siciliano.

«Il Consiglio Direttivo e io ringraziamo di cuore il Sindaco della meravigliosa città di Palermo **Roberto Lagalla** che ha ospitato presso la sede prestigiosa di Palazzo Comitini la seduta mensile del Consiglio Direttivo di UNA. Ringraziamo inoltre **Carmelo Frittitta**, il Direttore generale del Dipartimento delle Attività Produttive della Regione Siciliana che ha portato i saluti dell'Assessore

Tamajo e che ha parlato della nuova immagine visiva con la quale l'Assessorato presenterà le imprese siciliane sui mercati internazionali - ha affermato **Davide Arduini**, Presidente di UNA -. Inoltre, il nostro grazie va a **Michele Cornetto**, responsabile delle territoriali UNA e **Alberto Gange**, delegato UNA per la Sicilia, per la perfetta organizzazione della due giorni di UNA a Palermo e per la festa delle Territoriali: volevamo realizzarla da tempo e ha trovato in Palermo una cornice veramente unica. Non potevamo chiedere di meglio, è stata una giornata bellissima all'insegna della condivisione».



IL CONSIGLIO DIRETTIVO DI UNA AL PALAZZO COMITINI DI PALERMO

GENTE, NEL PRIMO SEMESTRE 2023 RACCOLTA PUBBLICITARIA A +9% VS 2022

Il mese di giugno segna un'ottima performance in edicola per **Gente** che totalizza un +10% del venduto medio rispetto allo stesso dato di gennaio 2023.

Un segno di come i lettori gradiscono decisamente l'impronta data al magazine da **Umberto Brindani** che ne ha assunto la direzione a febbraio 2023. Un giornalismo capace di spiegare chiaramente attualità e fatti, ma al contempo al servizio delle famiglie. Capace di coniugare i consigli che aiutano a "Vivere Meglio" nella vita di tutti i giorni a inchieste settimanali che richiamano l'attenzione

dei lettori. Un approccio positivo e responsabile alla realtà. Un concept che permea le esperienze e i contenuti print,

digital, social di tutti i brand per 28 milioni di audience ogni mese. A contribuire alle ottime performance anche le tante iniziative speciali: il lancio del libro dedicato a Harry e Meghan e la veicolazione della serie letteraria "Le indagini delle donne del Club Omicidi" di James Patterson, supportata dalla campagna Tv a giugno e luglio sulle principali reti nazionali (Rai,

Mediaset e Discovery) oltre che da social media, testate e siti **Hearst Italia**. Un altro arrivo che "coincide" con quello di un incremento delle cifre è quello di **Nicola Sceppacerca**, Advertising Manager di **Gente**. Il fatturato adv del magazine registra infatti nel primo semestre 2023 un +9% rispetto allo stesso periodo del 2022 e buone indicazioni per i mesi a seguire.



PRENDI POSTO A BORDO CAMPO



STAGIONE
2023/2024
Da domenica 20 agosto 2023

Lo straordinario spettacolo della Serie A TIM sarà interamente trasmesso da DAZN per un totale di 380 partite a stagione: 10 partite a giornata, di cui 7 in esclusiva assoluta. Digitalia '08 sarà per il terzo anno consecutivo la concessionaria esclusiva di pubblicità. Una partnership vincente che abbina la passione collettiva per il calcio e i grandi risultati della tua comunicazione.

Digitalia '08 concessionaria esclusiva di pubblicità per la Serie A TIM su DAZN



17 categorie volte a evidenziare le strategie di comunicazione orientate ai risultati, all'efficacia e all'innovazione.

2 Giurie "Creativity" e "Business" per dare voce al valore del gioco di squadra tra creatività e impresa

1 Grand Award votato in diretta tra tutti i vincitori di categoria durante la serata finale

ST.
RA

TE
GY

L'unico premio con un'anima internazionale dedicato alle strategie dei brand

**ISCRIVI
I TUOI PROGETTI**

Possono partecipare i progetti realizzati
dall'1 luglio 2022 al 30 luglio 2023

In collaborazione con:

IAA

International Advertising Association Italy Chapter

New York Festivals International
Advertising Awards Competitions

Una Grande Strategia merita un Grande Premio

Per informazioni eventi@oltrelamediagroup.it

Event by



Powered by

OFFMEDIA

In partnership with



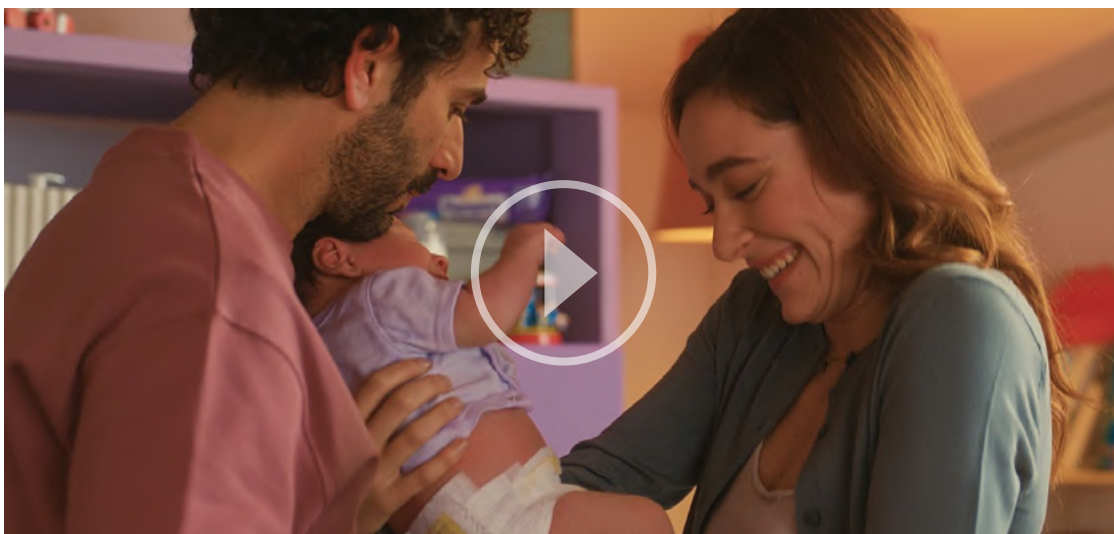
Special thanks



Press office and media relations



CON SAATCHI & SAATCHI AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA PAMPERS "FACCIAMO PROGRESSI"



Imparare è la chiave per crescere, da questa convinzione nasce la nuova iniziativa "Facciamo Progressi", da oggi on air sull'app **Coccole Pampers** con l'obiettivo di rilanciare **Pampers Progressi** come il pannolino che oltre a essere il miglior Pampers sul mercato, aiuta anche bambini e genitori ad affrontare al meglio ogni momento di crescita. La campagna viene lanciata con una miniserie che descrive le tappe più importanti dei bambini raccontandole come occasioni di crescita anche per i genitori. Ancora una volta, entriamo nella vita imperfetta delle famiglie per coglierne gli aspetti più intimi e veri. Così, mentre i più piccoli scoprono il mondo, i grandi affrontano con un sorriso paure e incertezze e imparano che sbagliare non è solo normale, è sempre un'opportunità per migliorare.

Questo progetto, però, non si limita a raccontare la crescita di una famiglia, ma ha un obiettivo più alto e concreto: offrire ai genitori un po' di sostegno per affrontare al meglio l'avventura più bella e difficile della vita: la crescita di un figlio. Grazie alla collaborazione con gli esperti di **Lovely Mind**, della **Fondazione Montessori** e dell'**Associazione Heart4Children** sono state realizzate oltre cento tips per stimolare, supportare, accogliere i bisogni specifici per ogni fase della crescita durante i primi tre anni di vita di un bambino, il percorso da vivere insieme ai pannolini Pampers Progressi. Acquistando ogni confezione dei prodotti della linea Pampers Progressi, infatti, mamme e papà troveranno un codice da inserire in app. L'app, riconoscendo lo specifico momento di crescita, proporrà al genitore il consiglio più adatto per il proprio bimbo. Ogni tre codici caricati,

poi, l'utente potrà accedere a contenuti esclusivi - articoli e podcast - a supporto della crescita e dello sviluppo psicomotorio. Questa iniziativa nasce dalla volontà del brand di costruire e rafforzare il proprio legame con i consumatori e dall'ascolto delle necessità e dei bisogni delle famiglie, e vede proprio nella App Coccole l'asset chiave per offrire strumenti utili e risposte preziose per affrontare serenamente il percorso genitoriale.

«Guadagnare la gratitudine dei genitori è per noi un impegno costante, ed è per questo che oggi rilanciamo Progressi sia continuando a investire nella qualità del prodotto, sia provando a offrire un aiuto in più alle famiglie. Grazie alla nostra app, scaricata da più del 50% del nostro target, puntiamo ad arrivare a tantissime mamme e papà in modo facile e immediato, accompagnandoli lungo il viaggio della genitorialità» dichiara **Carlo Miotto**, Baby Care & Corporate Digital Marketing Director di **Fater**.

La piattaforma proprietaria rappresenta oggi uno dei più importanti pillar nel percorso di digital transformation dell'azienda ed è diventata nel tempo il punto di riferimento per quasi un milione di utenti. Attraverso la App, Pampers dà voce alla propria community garantendo continuo sostegno attraverso consigli, premi e contenuti educational e di intrattenimento supportati da insight sulla genitorialità.

«Anche in questa campagna, l'approccio alla comunicazione di Pampers punta a raccontare esperienze di vita che sono lo specchio della realtà dei genitori di oggi. La partnership con Pampers è veicolo di idee sempre nuove, che si alimentano grazie alla capacità della marca di

consolidare il rapporto di vicinanza con le famiglie sostenendole nell'affrontare necessità, dubbi e difficoltà di un viaggio ricco di sfide ed emozioni». commenta **Manuel Musilli**, Direttore Creativo Esecutivo di **Saatchi & Saatchi**.

CREDITS

Agenzia: Saatchi & Saatchi
Executive Creative Director: Manuel Musilli
Associate Creative Director: Elena Cicala
Associate Creative Director: Fabio D'Alessandro
Junior Copywriter: Carolina Palombo
Junior Art Director: Mattia Cacciatore
Account Team: Erica De Monte, Manuela Maffei, Alfredo Mosca
Digital Producer: Eleonora Giuliani
TV Producer: Coordinator: Lavinia Confortini Publicis Value Services div. Prodigious
TV Producer: Manuela Fidenzi: Publicis Value Services div. Prodigious
Cdp: Think Cattlea
Gm & Ex. Producer: Martino Benvenuti
Producer: Marta Ansaldi
Regia: Alessio Lauria
Dop: Cristiano Di Nicola
Editor: Francesco Galli, Eugenio Campisano
Post Produzione: Video: Publicis Value Services div. Prodigious
Consulenza musicale: Sing Sing Music
Post-Produzione: Audio: General Jingles
Centro Media: Media Italia

IL PROGETTO È IDEATO E COORDINATO DA INITIATIVE STUDIOS

TAU-MARIN LANCIA LE PLAYLIST SU SPOTIFY “SPLEN-DENTI IN 2 MINUTI”



La maggior parte degli italiani ricorda con facilità i testi di centinaia di canzoni, ma non sempre lo stesso vale per le buone abitudini sull'igiene orale. Infatti, un terzo degli intervistati in una recente indagine non segue le corrette abitudini: il 68% lava i denti per meno di due minuti, non ascoltando le raccomandazioni degli esperti. **Tau-marin**, storico brand di **Alfasigma** leader nel mercato degli spazzolini manuali, si fa portavoce delle corrette pratiche di igiene orale con l'iniziativa: "Splen-denti in 2 minuti"; un progetto di content educational realizzato in collaborazione con **Spotify** e **TikTok**, per aiutare grandi e piccoli a prendersi cura della propria igiene orale in modo divertente e a tempo di musica. Ogni playlist è realizzata ad hoc e dedicata a una fase della giornata nel quale dovremmo occuparci della nostra igiene orale: colazione, pranzo e cena, e una playlist con canzoni allegre, dedicate ai più piccoli. Sono disponibili sul canale Spotify di tau-marin, le 4 playlist di canzoni della durata di 2 minuti, il tempo necessario per un corretto lavaggio dei denti. Ciascuna playlist contiene 20 canzoni e 3 audio annotation che danno

agli utenti l'occasione di scoprire qualcosa di più sull'igiene orale. "Splen-denti note di igiene orale" è il primo album di tau-marin su Spotify che contiene le audio annotation, canzoni sull'igiene orale dal ritmo coinvolgente, da canticchiare tutto il giorno. «Siamo molto felici di collaborare insieme a Spotify e TikTok a questo progetto innovativo, perché attraverso questa nuova tipologia di branded content vogliamo avvicinare il consumatore al prodotto attraverso la fruizione di contenuti di intrattenimento. Il progetto si inserisce all'interno del percorso di espansione dei canali digitali dell'azienda, nell'ottica di aumentare la rilevanza del brand in chiave "pop" e in ambiti strategici essenziali per sostenere la conoscenza dei prodotti, spiegarne i benefici e generare traffico in farmacia», ha commentato **Veronica Pauletto**, Group Brand Manager di Alfasigma. Il progetto è ideato e coordinato da **Initiative Studios**, divisione di agenzia specializzata in branded content e product placement, con il coinvolgimento di un team strategico-creativo interno, completamente dedicato, che ha sviluppato gli asset creativi del progetto.

PROSEGUE L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

EPR COMUNICAZIONE PUBBLICA IL SUO SECONDO REPORT D'IMPATTO

Eprcomunicazione, società quotata su Euronext Growth Milan e player di primo piano nel settore della comunicazione e delle relazioni pubbliche associata UNA, conferma il suo impegno ESG con la pubblicazione online del suo secondo Report d'impatto. L'agenzia, società

Benefit e certificata B-Corp, rafforza la scelta per la sostenibilità neutralizzando tutte le proprie emissioni attraverso un progetto internazionale garantito da **AzzeroCO2**, società di consulenza per la sostenibilità e l'energia, che ha consentito la compensazione di più di 24



tonnellate di CO2 partecipando alla riforestazione di 14.969 ettari nel Nord-Est dell'India.

SU STORYTEL ARRIVA L'INFORMAZIONE QUOTIDIANA CON DAILY FIVE DAL 4 SETTEMBRE

Chi? Che cosa? Dove? Quando? Perché? Sono le 5 domande fondamentali del giornalismo: per far spazio alle risposte a queste 5 domande, **Storytel Italia** apre da lunedì 4 settembre alle notizie del giorno attraverso **Daily Five**, il podcast di **CNC Media** che alle 5 di pomeriggio, per 5 giorni alla settimana, vede **Emilio Mola** - giornalista tra i più seguiti e apprezzati nel panorama social italiano - fare ordine tra i fatti, le storie, le news che incessantemente fanno da sfondo alla quotidianità nazionale e internazionale.

Al centro dell'analisi e del commento di Mola ci saranno attualità, politica, economia, esteri, cronaca, con le luci sempre puntate sulle insidie della disinformazione. «In Italia il mercato dell'audio è in una fase di sviluppo, dove si può ancora sperimentare e crescere. Che una piattaforma come Storytel, nata per distribuire soprattutto audiolibri, si apra a un appuntamento giornaliero con

le news potrebbe sembrare inconsueto. In realtà è solo uno dei modi in cui si esprime la cross medialità, che non riguarda solo i contenuti, ma anche i modelli di business - così **Marco Ferrario**, Regional Director for expansion markets di Storytel Italia -. L'obiettivo di Storytel è sempre stato quello di offrire un catalogo di qualità, di storie e di approfondimenti, e aggiungere Daily Five alla nostra offerta è un'ulteriore tappa di questo percorso».

«Per CNC Media è motivo di orgoglio che una piattaforma del calibro di Storytel abbia rivolto il suo interesse verso Daily Five, decidendo di aggiungerlo alla propria offerta. Soprattutto in relazione ai già grandi risultati ottenuti dal podcast: negli ultimi quattro mesi ha raggiunto



oltre 2 milioni di ascolti» questo il commento di **Francesco Brocca** e **Gianluca Daluiso**, rispettivamente Managing Editor e Direttore Responsabile di CNC Media.

L'ADRENALINA È SEMPRE DI PATTUGLIA



STRENGTH
IN FAMILY

NBC

CHICAGO P.D.

"Chicago P.D. X":

Nuove vicende per la polizia di Chicago, impegnata a presidiare le strade insieme all'unità di pattuglia e alla squadra di intelligence.



PREMIO GAMMADONNA 2023, ANNUNCIATE LE 7 FINALISTE

Sono state annunciate le 7 finaliste del **Premio GammaDonna**, riconoscimento che dal 2004 valorizza l'iniziativa imprenditoriale femminile innovativa, con l'obiettivo di contribuire a ridurre il gender gap in campo socio-economico attraverso esempi d'impresa virtuosi. Sette donne alla guida di imprese in settori molto diversi, ma con un comune e solido impegno verso la sostenibilità e l'innovazione tecnologica e valoriale, sia nel business che nella gestione d'impresa. Si tratta di: **Sabrina Fiorentino** - Sestre (Trinitapoli, BAT), **Roberta Ligossi** - Ta-Daan (Milano), **Susanna Martucci** - Alisea (Vicenza), **Raffaella Moro** - Reair (Milano), **Elisa Piscitelli** - Futurely (Milano), **Dina Ravera** - Destination Italia Group (Roma), **Cristiana Vignoli** - Hemera Pharma (Verona), che si contenderanno - dal palco del più grande evento italiano sulla tecnologia, l'**Italian Tech Week** - il Premio GammaDonna per l'imprenditoria femminile innovativa venerdì 29 settembre alle 11.00. Durante la Finale - alla quale sarà possibile assistere in presenza e in live streaming - saranno proclamate anche le vincitrici del **Women Startup Award**

powered by **Intesa Sanpaolo Innovation Center** per la startupper più innovativa; del **WE for Sustainability Award** powered by **Cottino Social Impact Campus** per l'imprenditrice che, grazie alla strategia d'impatto della sua impresa, sta affrontando la transizione ambientale, sociale o culturale con obiettivi sostenibili; del **Giuliana Bertin Communication Award**, riconoscimento di **Valentina Communication** per l'imprenditrice distintasi nel campo della

comunicazione. Le finaliste del Premio GammaDonna 2023 si aggiudicheranno, tra le altre cose, un mini-documentario sulla loro storia di innovazione; interviste e uscite sui principali media nazionali; una sessione di strategic assessment con **EY** e accesso permanente alla piattaforma **EY Velocity**; un ciclo di video-interviste nell'ambito del progetto di empowerment femminile **#MiriadeofWomen** del gruppo **Miriade SpA**; un percorso di formazione sul mondo del VC e dell'innovazione di **Italian Tech Alliance**; l'opportunità di essere selezionata per un percorso di mentoring e un training per partecipare allo screening **Angels4Women** per l'accesso a un investimento tra i 100 e i 500K; 1 anno di iscrizione gratuita a **InnovUp**; l'opportunità di essere selezionata per partecipare a 3 workshop e a sessioni 1:1 con **Plug and Play**; 1 milione di mail sulla piattaforma di email marketing **4DEM**; ingresso tra le **Ambassador GammaDonna**.



**FINALISTE
2023**

Premio GammaDonna
Dal 2004 luce sull'imprenditoria innovativa

PREMIO GAMMADONNA
INNOVATIVA FEMMINILE E GREEN



Perché la **visibilità**
ha il suo **peso**

Il messaggio è forte quando raggiunge gli interlocutori giusti.
Per un salto di qualità scegli **Ital Communications SB**.



UFFICIO STAMPA

EVENTI

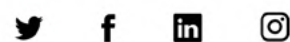
MEDIA RELATIONS

PUBLIC RELATIONS

BRAND JOURNALISM

DIGITAL

PODCAST



www.italcommunications.it

ic **ital communications**
A STRATEGIC COMMUNICATION AGENCY

DOPO UNA GARA

YOUR EXPORT STUDIO SCEGLIE YOLO PLUS PER IL LANCIO DI YES CONNECT

Prosegue la partnership tra **Your Export Studio** e **Yolo Plus**, dopo una stretta collaborazione che ha visto l'agenzia lavorare per un anno ai canali social della società di internazionalizzazione. Questa volta, dopo una gara che ha visto la partecipazione di 8 agenzie, Yolo Plus si è dimostrata la candidata ideale per guidare il lancio di **Yes Connect**, l'innovativo software sviluppato da **YES** che consente a imprese, consulenti e temporary export manager di ottenere rapidamente una serie di leads esteri profilati e dettagliati (buyer, distributori, importatori o fornitori). La comprovata esperienza nel campo dell'advertising

digitale e la capacità di concepire una campagna su misura hanno catturato l'attenzione di Your Export Studio, che ha riconosciuto in Yolo Plus il partner ideale per portare avanti il progetto.

Bruno Sparandeo, Amministratore di Yolo Plus, commenta: «Vogliamo trasmettere ai potenziali clienti di Your Export Studio la praticità di Yes Connect e l'innovazione che rappresenta, dimostrando loro che questo software è l'arma segreta per espandere il proprio business a livello internazionale. Abbiamo analizzato il mercato, sappiamo bene quali touchpoint toccare grazie anche al sostegno dei migliori partner coinvolti nel progetto». **Giacomo Donnarumma**, Socio di Your Export Studio, afferma: «La nostra azienda ha sempre avuto una visione globale, e con l'aiuto di Yolo Plus, siamo certi di poter raggiungere un pubblico più ampio ed essere in grado di individuare i migliori partner commerciali per la nostra attività. Siamo fiduciosi che Yes Connect diventerà uno strumento imprescindibile per tutte le aziende che puntano all'export». **Marialaura Nazzaro**, Socia di Your Export Studio, aggiunge: «Il nostro team ha lavorato duramente per sviluppare Yes Connect, e ora con l'esperienza e la creatività di Yolo Plus, possiamo finalmente presentarlo al mercato nel modo giusto. Crediamo che questa collaborazione sia un passo fondamentale per il futuro di Your Export Studio, e non vediamo l'ora far conoscere il nostro software aprire nuove opportunità di business a quanti lo utilizzeranno».



BRUNO SPERANDEO

BE

LIBRE #creative

challenge



DUDE ENTRA NEL CAPITALE SOCIALE DI MR DEE STILL

Mr. Dee Still, il primo new media dedicato al mondo dei distillati, annuncia l'ingresso nel suo capitale sociale di **DUDE**, realtà indipendente creativa che opera su Milano e Londra.

Prosegue quindi lo sviluppo della startup Mr Dee still con l'entrata di un'altra realtà di grande rilevanza come **DUDE**, che porta la raccolta in pre-seed a 700.000 euro raccolti durante il primo anno e mezzo di vita. **DUDE** va ad aggiungersi agli altri soci che hanno sostenuto fino ad oggi il progetto: **FOS spa** e **Timossi spa**.

Nell'ambito di questa importante partnership e a conferma della sua visione innovativa, Mr Dee still continua a sviluppare un nuovo concetto di media: non un semplice e-commerce, non un publisher, una piattaforma per chi cerca nuovi trend, nuovi gusti, nuove storie da raccontare e da cui prendere ispirazione, con l'obiettivo di portare l'arte della miscelazione tra le mura domestiche, permettendo a chiunque voglia approcciarsi a questo mondo, e a chi ne fa già parte, di replicare i propri cocktail preferiti acquistando ingredienti giusti e di qualità per servire spirits di qualità a casa come dei veri Bartender.

«Siamo contenti e soddisfatti dell'ingresso di **DUDE**, una delle realtà creative più importanti d'Italia. In questo modo rafforziamo il posizionamento di Mr. Dee Still come prima beverage media company italiana, punto di riferimento per gli appassionati di spirits o chi voglia conoscere di più di questo mondo. Grazie a **DUDE** alzeremo l'asticella dei branded content che produciamo per i nostri

clienti tra cui possiamo citare aziende come **Brown Forman, Campari, Cipriani, Archiproducts, Umbro»** afferma **Tobia Lorenzani**, Founder di Mr. Dee Still. **Lorenzo Del Bianco**, CEO di **DUDE**, entra a far parte dell'advisory board di Mr. Dee Still di cui fanno parte anche **Antonio Augeri**, Founder di Ogyre, Enrico Botte, Amministratore Delegato di Fos spa e **Raffaele Timossi**, Amministratore Delegato di Timossi spa. «Mr. Dee Still è un progetto di qualità. Approccia a un mondo mainstream come quello degli spirits da un'angolazione diversa, qualitativa appunto - commenta del Bianco -. Per questo ci è piaciuto fin dal principio, quando Tobia ci chiamò per creare la loro identity. Nel frattempo le

nostre evoluzioni societarie, con la nascita di **DUDE Things** ci hanno permesso di poter allargare il nostro contributo a progetti come Mr. Dee Still, da semplice agenzia a shareholder. Adesso non ci resta che brindare. Il cocktail giusto per farlo lo lasciamo ovviamente scegliere ai nostri nuovi partner».



Challenge

/ˈtʃæləndʒ/

sfida s.f. [der. di sfidare]. – 1. Lo sfidare a battaglia, a duello, a una gara o a qualsiasi altra competizione. 2. fig. Provocazione, atto che ha lo scopo di suscitare comunque una reazione da parte di altre persone: *uno sguardo, un gesto di sfida*;

Ci piacciono le sfide soprattutto quando dobbiamo trovare tracciati nuovi o quando si tratta di trovare la miglior strategia per i nostri clienti. Le nostre idee non sono mai frutto dell'improvvisazione ma nascono dalla conoscenza dei dati per ottenere risultati in tutta sicurezza.



www.kubelibre.com

LA PIANIFICAZIONE GLOBALE HA PRESO IL VIA DALL'OLANDA

MAX VERSTAPPEN PROTAGONISTA DI "THE BEST DRIVER" PER HEINEKEN 0.0

Heineken, partner globale della F1, ha presentato l'ultimo soggetto della campagna creativa globale "When You Drive, Never Drink", intitolato "The Best Driver". La campagna presenta l'attuale campione del mondo di F1 e ambasciatore di Heineken 0.0, Max Verstappen, che porta il suo potere da star per aiutare a promuovere il consumo responsabile a un pubblico nuovo e pertinente. Nella nuova campagna, il pilota Oracle Red Bull Racing viene ritratto mentre socializza con gli amici e viene ripetutamente scelto per assumere il ruolo di pilota designato, in quanto "Il miglior pilota". Il film dell'eroe sottolinea abilmente che mentre alcuni dei migliori piloti provengono dal mondo della F1, la decisione dovrebbe invece essere basata solo su chi non ha bevuto... a meno che, ovviamente, la bevanda non sia una Heineken 0.0. La creatività si ispira a una nuova ricerca che ha messo in luce alcune delle ragioni arbitrarie per selezionare un driver designato, inclusa l'esperienza di guida, il divertimento o semplicemente la persona che si offre volontaria. Attraverso questa nuova campagna, Heineken mira a sottolineare che quando si tratta di tornare a casa dopo una serata fuori, l'unica persona scelta per mettersi al volante dovrebbe essere quella che non ha bevuto alcolici. Max Verstappen ha dichiarato: «Come pilota di F1, fare le scelte giuste sia in pista che fuori è di vitale importanza per il successo. Quando si guida, avere quella lucidità e risolutezza, in particolare quando si tratta di sicurezza, è fondamentale. Oltre a lavorare su un'imminente ed entusiasmante iniziativa di gioco con Heineken chiamata Player 0.0, sono orgoglioso di essere un ambasciatore di Heineken 0.0 per aiutare a sostenere il bere responsabile per i fan degli sport motoristici di tutto il mondo. La campagna è stata molto divertente da girare e spero che il film non solo piaccia a tutti, ma porti anche via l'importante messaggio che c'è dietro». **Bram Westenbrink**, Global Head of Heineken Brand ha dichiarato: «"When



You Drive Never Drink" è un messaggio a cui teniamo molto e continua ad essere in prima linea nella nostra partnership di lunga data con la F1. Mentre la stagione delle corse inizia a scaldarsi durante i mesi estivi, siamo entusiasti di lanciare l'ultima fase di questa campagna che abbiamo avviato per la prima volta nel 2016. Mentre ci godiamo l'incredibile azione in pista, è importante ricordare che quando si tratta di scegliere un pilota designato quando si esce con gli amici, "Il miglior pilota" è sempre quello che non ha bevuto». La nuova campagna, ideata e realizzata dall'agenzia creativa **Le Pub**, diretta da **Bradley & Pablo** e prodotta da **PRETTYBIRD**, è stata lanciata attraverso i social media e le piattaforme digitali out-of-home nei Paesi Bassi e nel corso del 2023 sarà pianificata a livello globale. **Bruno Bertelli**, Global CEO LePub, Global CCO **Publicis Worldwide**, CCO **Publicis Groupe Italy**, ha dichiarato: «Heineken continua a essere un attore fondamentale quando si tratta di consumo responsabile. A suo modo spiritoso, il marchio è sempre stato culturalmente consapevole e sensibile alle questioni globali e alle giovani generazioni. "When You Drive Never Drink" è infatti un progetto di lunga data e un pilastro coerente del marchio che Heineken può vantare e sostenere. Bere e guidare comportano rischi e conseguenze significativi, e chi meglio di uno dei conducenti più famosi a livello mondiale per trasmettere questo messaggio chiave? Max Verstappen è stato così arruolato, diventando il più importante promotore di corse sicure. Questo approccio tratta in modo creativo l'impegno del marchio verso la costruzione di una piattaforma impressionante che esemplifica l'equità del marchio e l'impatto su larga scala».

A YAM112003 LA DIREZIONE CREATIVA ED EDITORIALE DEL DIGITAL MAGAZINE THE BLENDER DI LAVAZZA

The Blender è il nuovo digital magazine di **Lavazza** dedicato alla cultura del caffè ma è anche molto altro. È il luogo dove si incontrano le migliori esperienze di vita e di caffè miscelate insieme. Fra le pagine del magazine si leggono, si ascoltano e si raccontano storie, tradizioni e tendenze, dentro e fuori i locali; si trovano i migliori indirizzi dove gustare un buon caffè e partecipare a eventi imperdibili. La direzione creativa e editoriale del magazine è affidata a **YAM112003** che, con il contributo di una redazione dedicata, pubblicherà periodicamente storie interessanti proponendo un racconto contemporaneo di tutto ciò che ruota attorno a una tazzina di caffè. L'obiettivo è creare un dialogo fresco e attuale fra i coffee lovers e i professionisti del caffè attraverso contenuti originali. Grazie alla voce del brand, di esperti, di influencer e personaggi di rilievo del mondo dell'entertainment e dei professionisti del bar e della ristorazione, *The Blender* racconterà il mondo del caffè e l'Italia tutta - attraverso interviste, editoriali, infografiche e video - con una

prospettiva diversa, unica come i valori di Lavazza. La visual identity del magazine è stata creata con la collaborazione dell'artista **Simone Brillarelli**. *The Blender* si caratterizza per un'identità visiva chiara e riconoscibile grazie all'utilizzo di elementi grafici artistici e di immagini di grande impatto. L'obiettivo è quello di lasciare il segno, con un linguaggio proprietario e di forte personalità, capace di rappresentare in modo informale e dinamico la community della coffee culture, così vivace e creativa. "Gusto", "esperienza", "responsabilità" e "creatività" sono le quattro anime che si miscelano in *The Blender* per raccontare

il meglio della cultura del caffè di oggi.



CREDITS

Agenzia: YAM112003
Head of agency: Elena Bianchi
Client director: Elide Dell'Avo
Head of strategy: Ornella Lameri
Direzione creativa visual identity: Silvia Messa
Web designer: Cristina Gottardi
Visual artist: Simone Brillarelli
Direzione editoriale: Nadir Catalano
Caporedattore: Andrea Dispenza
Head of digital: Alessia Gargiulo
Senior project manager: Alba Virgilio
Account director: Valentina Rebasti
Account executive: Riccardo Ghisletti

I PROGETTI DEL PRIMO SEMESTRE DELLA CDP

CREDEM E AMAZON MUSIC SCELGONO WILDFRAME PER LE LORO PRODUZIONI

Wildframe si è aggiudicata la produzione del taglio da 30" e dei soggetti da 15", già on air dal 25 giugno della campagna per il lancio di **Credem Link**, il nuovo conto online di **Credem**. La creatività è firmata da **Luca Ghillino** e **Giuseppe Pavone** per **Leo Burnett**, la regia è di **Alessandro De Leo**, con la musica di **Matteo de Marinis**. La campagna mostra draghi volanti nell'iperspazio, città che raccontano un immaginario futuribile, scritte in 3D che si animano e animano un mondo iper-dinamico e carico di vitalità. Partner di Wildframe nelle lavorazioni di Post Produzione sono **EXchanges** e **Robotina**, giovane realtà romana specializzata nella creazione di animazioni 2D e 3D. Nel primo semestre Wildframe ha poi esordito nell'universo musicale con un progetto speciale: lo scorso maggio ha presentato il suo primo contenuto originale per **Madame**, il nuovo talento della musica italiana, prodotto in collaborazione con **Amazon Music** e **Sugar Music**. Il progetto è disponibile esclusivamente

sulle piattaforme di Amazon Music Italia e rappresenta il primo contenuto originale di Wildframe del 2023. «Siamo molto fieri di aver lavorato a questi due progetti che, nonostante abbiano caratteristiche uniche, condividono un aspetto per noi fondamentale - un approccio contemporaneo e di esplorazione di nuovi metodi produttivi, sempre prediligendo il crafting e la qualità del prodotto finale - afferma **Tommaso Haimann**, Executive Producer e Co-founder di Wildframe. Per i clienti siamo un partner che mette a disposizione idee e propone approcci differenti, contribuendo anche allo sviluppo creativo dei progetti fin dalla loro fase embrionale. Questi due film coronano un primo semestre che ci ha visto protagonisti non soltanto nell'universo ADV, ma anche alle fashion week di Milano e Parigi e durante l'ultima Design Week - con progetti che testimoniano la nostra natura non convenzionale e interdisciplinare. Obiettivo del secondo semestre è dare continuità alla produzione

di contenuti originali che ci vede impegnati allo sviluppo di un progetto seriale e di un cortometraggio».



IVAN MERLO, EXECUTIVE PRODUCER, BIANCA HAIMANN, FOUNDER & ARTISTIC DIRECTOR, TOMMASO HAIMANN, FOUNDER & EXECUTIVE PRODUCER

INSIDE AL FIANCO DI VUS COM PER LA GESTIONE DI STRATEGIE E AZIONI DI DIGITAL MARKETING



VUS COM nasce nel 2003 come società commerciale del **Gruppo Valle Umbra Servizi**, una società pubblica, interamente controllata da 22 comuni della regione Umbria. L'azienda ha come principale obiettivo la vendita di gas naturale e la commercializzazione di energia elettrica oltre ai relativi servizi di supporto. Alcuni dati illustrano più concretamente la portata raggiunta da VUS COM sul territorio: più di 40.600.000 smc di gas naturale venduti nel 2022 e 9,7 GWh di energia elettrica, a fronte di circa 35.000 clienti serviti, un'area di operatività in continua espansione che attualmente coinvolge Umbria, Marche, Toscana, Abruzzo, Lazio per i servizi di erogazione del gas naturale, mentre per l'energia elettrica VUS COM copre tutto il territorio nazionale. Nel 2021 l'azienda ha deciso di affrontare, insieme a **Inside**, associata UNA, un percorso di comunicazione prevalentemente digitale, mossa dall'obiettivo di acquisire un segmento di utenti sempre più ampio. Inside, guidata dal CEO e Responsabile Strategico **Luca Targa**, grazie ai suoi

38 anni di attività, una competenza a 360° sulla comunicazione online e offline e oltre 70 collaboratori operanti all'interno di 9 aree specialistiche interne, sta accompagnando VUS COM lungo questo cammino.

I primi passi, due anni fa, hanno coinciso con lo sviluppo della formazione - curata dall'**Inside Lab** - rivolta ai manager VUS COM, relativamente all'uso professionale delle piattaforme LinkedIn, Facebook, Instagram e il CRM Hubspot.

È seguita un'analisi desk propedeutica all'avvio delle azioni specifiche di Digital Marketing. Questa fase ha contemplato l'analisi dei principali competitor e delle tendenze del mercato, lo studio degli aspetti di UI e UX relativi al sito, fino a definire nel dettaglio la strategia di comunicazione comprensiva del Tone of Voice, delle attività di Social Media Marketing e i workflow di Email Marketing.

I prossimi step riguarderanno lo studio e la realizzazione del nuovo sito web, dove un peso specifico verrà riservato alla SEO ON Page e alla gestione completa dei canali social, comprensiva della componente di advertising per proseguire nei processi di sviluppo digitale.

Massimo Casciola, Direttore commerciale di VUS COM, commenta: «Ascoltando e seguendo i vari interventi e le conferenze di Luca Targa abbiamo cercato Inside perché ci ha trasmesso quel qualcosa che in altri non abbiamo percepito. E questa si è rivelata essere una scelta quanto mai azzeccata. Da parte nostra c'è stima, gratitudine e soddisfazione per il prezioso contributo e per il lavoro svolto in sinergia negli ultimi mesi. Grazie alla professionalità e alla preparazione di Inside - specifica Casciola - siamo indirizzati verso il raggiungimento degli obiettivi prefissati, certi che avremo modo di proseguire questo felice rapporto professionale per molte altre occasioni».



LUCA TARGA

DOMANI LA PRESENTAZIONE AL SENATO DEL TERZO RAPPORTO ITAL COMMUNICATIONS-CENSIS

Domani dalle ore 10.00, presso la Sala Zuccari di Palazzo Giustiniani del Senato della Repubblica in via della Dogana Vecchia, 29, a Roma, si terrà la presentazione del **Terzo Rapporto Ital Communications-Censis** "Disinformazione e fake news in Italia. Il sistema dell'informazione alla prova dell'Intelligenza Artificiale". L'obiettivo della ricerca è di monitorare quanto accaduto all'interno del mondo della comunicazione, offrendo agli addetti ai lavori il punto di vista degli italiani sulle principali fenomenologie in atto e sui percorsi su cui occorre

lavorare per generare comunicazione affidabile e di qualità. Prenderanno parte all'evento: **Maurizio Gasparri**, Vice Presidente del Senato della Repubblica; **Alberto Barachini**, Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'Informazione e all'Editoria; **Barbara Floridia**, Presidente della Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza dei Servizi Radiotelevisivi; **Roberto Marti**, Presidente della Commissione Cultura e Patrimonio Culturale, Istruzione Pubblica del Senato della Repubblica; **Laura Aria**, Commissario AGCOM; **Giuseppe De**

Rita, Presidente Censis; **Ivano Gabrielli**, Direttore Polizia Postale; **Ruben Razzante**, Docente di Diritto dell'Informazione all'Università Cattolica di Milano; **Domenico Colotta**, Founder Ital Communications; **Roberto Zarriello**, Segretario Generale Assocommunicatori; **Anna Italia**, Ricercatrice Censis. Sarà possibile seguire la presentazione sulla WebTv del Senato: webtv.senato.it.



OltreLaMedia.tv



LUNEDÌ
24 LUGLIO



ORE 17.00 - IL TÈ DELLE CINQUE
Nio: qualità e gusto per il cocktail fai da te
Ospite: Luca Quagliano e Alessandro Palmarin, Fondatori di NIO Cocktails
Conduce: Valeria Zonca

MARTEDÌ
25 LUGLIO



ORE 17.00 - IL TÈ DELLE CINQUE
Le sfide dell'online retail
Ospite: Federico Filippa, Senior Corporate Communication EMEA di Amazon
Conduce: Laura Buraschi

MERCOLEDÌ
26 LUGLIO



ORE 17.00 - IL TÈ DELLE CINQUE
Il coaching come "metodo" per entrare nel futuro
Ospite: Anna Juricic, Corporate and Executive Coach PCC-ICF
Conduce: Valeria Zonca

GIOVEDÌ
27 LUGLIO



ORE 17.00
"TRE PER UNO" CON OSPITE CLAUDIO CECCHETTO
Replica della puntata andata in onda il 2 febbraio 2023

"THE AMAZING EXPERIENCE" DI LEXUS ARRIVA IN SARDEGNA

Access Live Communication, la unit di **GroupM Italy** dedicata alla Live Communication e allo Sport Marketing, e **The & Partnership** affiancano **Lexus** nel progetto "The Amazing Experience" in cui accoglierà i top client del brand in alcune delle più importanti destinazioni turistiche della Costa Smeralda. Dal rinomato Country Club a La Marina, gotha del turismo nautico internazionale passando per il leggendario Tartarughino Beach Club di Porto Rotondo, dal lussuoso e di design JustMe a Porto Cervo al riservato ed esclusivo Polto Qualto, dove è già on air una vera e propria

domination. Queste cinque location garantiranno un trattamento privilegiato ai top client Lexus che avranno a disposizione innovazione, comfort e sostenibilità. In programma, ogni settimana fino alla fine della stagione estiva, sono previste le "Lexus One Night", serate in cui gli ospiti saranno accolti in un'atmosfera incantevole, scopriranno menu deliziosi e troveranno un servizio d'eccezione. Per l'occasione, saranno infatti presenti i modelli Lexus RX Hybrid Turbo e Lexus NX Plug-in Hybrid, top di gamma della casa, nella versione hybrid e plug-in. Un esemplare sarà in esposizione, mentre l'altro avrà a disposizione un autista dedicato pronto ad accompagnare gli ospiti dove desiderano. Le one night di opening si sono svolte proprio in questi giorni tra il Tartarughino Beach Club di Porto Rotondo, il Just me di Porto Cervo e Country di Porto Rotondo per poi continuare fino a fine agosto. La Costa Smeralda si arricchisce così di nuove esperienze uniche, anzi sorprendenti, firmate Lexus.



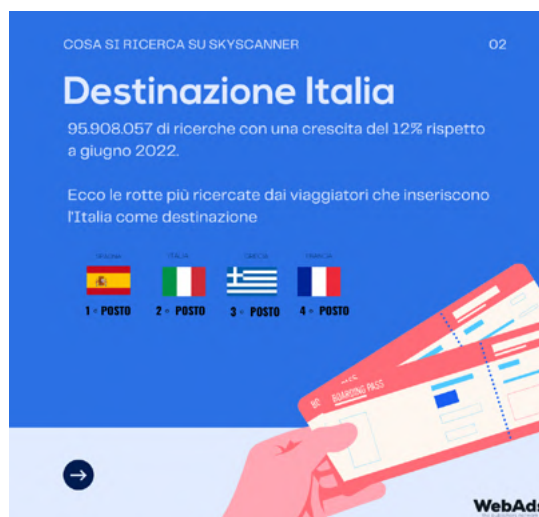
NUOVI INSIGHT SULLE RICERCHE DEI VIAGGIATORI

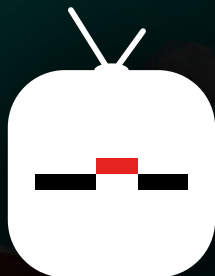
SU SKYSCANNER A GIUGNO OLTRE 95 MILIONI DI RICERCHE CON DESTINAZIONE ITALIA

Skyscanner, azienda leader nel mondo dei viaggi e partner premium di **WebAds**, rivela interessanti tendenze di viaggio relative al mese di giugno 2023. Gli insights analizzano le attività effettuate dagli utenti di Skyscanner che cercano sulla piattaforma la loro prossima destinazione di viaggio. Sul totale della ricerca voli effettuate in Italia nel giugno 2023, il 51,5% di tutte le ricerche voli proviene dal sito di Skyscanner, che si conferma così leader indiscusso del settore. In particolare, su Skyscanner con oltre 95 milioni di ricerche con destinazione Italia nel solo mese di giugno, le rotte più ricercate sono al primo posto Italia su Italia, al secondo posto UK-Italia e al terzo Spagna-Italia. A seguire Germania, Polonia e Francia a conferma che lo Stivale risulta una meta ambita dai viaggiatori europei.

Tra le rotte nazionali spicca Milano-Catania Fontanarossa come meta più ricercata, seguita da Milano-Palermo e Milano-Napoli. Delle quasi 40 milioni di

ricerche relative ai viaggiatori che partono dall'Italia, le mete più ricercate sono state nell'ordine Spagna, Italia e Grecia, seguita da Francia e UK. La crescita delle ricerche con destinazione Italia sono aumentate del 12% rispetto al 2022 mentre le ricerche con partenza Italia sono aumentate del 9% a conferma di una ormai sostenuta ripresa del settore.





IL MEGLIO DI

OltreLaMedia.tv



La verifica degli annunci digitali sotto la lente di IAS

Ospite: Elisa Lupo, Managing Director di Italia, Spagna e Portogallo di Integral Ad Science

18 Luglio 2023



L'importanza di saper dire No

Ospiti: Vanessa Vidale è Co-Founder e Direttore Creativo, Elena Lucicesare è Marketing Manager & Account Manager di No Agency

19 luglio 2023



Con PagoDIL E-Commerce le nuove frontiere del cashless

Ospite: Giampaolo Cardia, Responsabile E-commerce di Cofidis

20 luglio 2023



Due Puntini Speciale ESG a 360° La nuova frontiera del fare Impresa

15 giugno 2023



Storie d'agenzia: i 20 anni+3 di Integra Solutions

Ospite: Francesco Ferro, CEO di Integra Solutions

29 giugno 2023



My Way - La via dell'imprenditore

Ospite: Luca Lazzaroni, 8ª generazione di una famiglia di imprenditori che ha sempre lavorato nel settore alimentare italiano di alta qualità

25 gennaio 2023



ABOUT
INFLUENCER
MARKETING



IMX - About Influencer Marketing 2023

27 marzo 2023

REBRAND

TWITTER CAMBIA NOME E LOGO



Twitter perde le piume e si tramuta in X. Il rebrand è stato annunciato sabato 22 luglio direttamente da **Elon Musk** sull'ormai ex Twitter: «Presto diremo addio al marchio Twitter e, gradualmente, a tutti gli uccelli». La CEO **Linda Yaccarino** ha poi spiegato come X «sia un'occasione eccezionalmente rara di avere una seconda chance. X è lo stato futuro di interattività illimitata – incentrata su audio, video, messaggistica, pagamenti/attività bancarie – e un mercato globale

per idee, beni, servizi e opportunità. Alimentato dall'intelligenza artificiale, X ci collegherà tutti in modi che stiamo appena iniziando a immaginare». Il logo della piattaforma acquistata lo scorso anno per 44 miliardi di dollari è già visibile da ieri nella versione desktop di Twitter, anche se in tutto il resto degli asset, inclusa l'area Investor Relations, rimane ancora l'uccellino blu. Si tratterebbe comunque di un logo “ad interim”, come dichiarato dallo stesso Musk.

REALIZZATO DALL'AGENZIA QUESTIONMARK

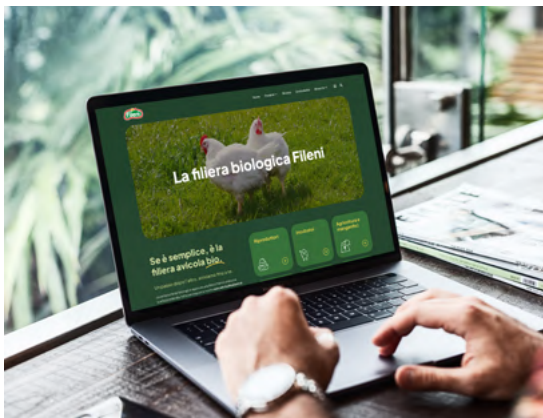
FILENI È ONLINE CON IL NUOVO SITO WEB

“Fiducia e impegno. Abbiamo messo nero su bianco i valori che ci guidano da sempre”. Questo il claim che apre le porte del nuovo sito web www.fileni.it, in una veste completamente rinnovata e dal forte impatto visivo ed emozionale, realizzato da **QuestionMark**. «Abbiamo voluto un nuovo sito con una forte identità visiva senza dimenticare l'eredità imprescindibile del brand. Per questo motivo abbiamo scelto di realizzare un hub con una struttura semplice, immediata ed efficace, con

un linguaggio facile e dinamico – dichiara **Barbara Saba**, Direttore Marketing e Innovazione del **Gruppo Fileni** –. Una piattaforma flessibile e multifunzionale che, attraverso facili passaggi, offre agli utenti la miglior user experience di navigazione e consente di accedere alle varie sezioni rimanendo sempre aggiornati sulle iniziative del Gruppo». Già dalla homepage, infatti, gli utenti vengono accolti da un'interfaccia user-friendly e da un layout curato e raffinato, in grado di offrire ai visitatori fluidità e velocità di navigazione. «Fedeli alla nostra filosofia progettuale, abbiamo realizzato il nuovo sito di Fileni muovendo da una rigorosa analisi dei dati – sottolinea **Luca Pirone**, General Manager di QuestionMark –. L'intero processo creativo è stato, quindi, orientato al raggiungimento di tre obiettivi: soddisfare i bisogni informativi di consumatori sempre più



consapevoli ed esigenti, rispettare la complessa normativa in materia di privacy e, non ultimo, garantire standard di accessibilità ottimali per le persone diversamente abili. Siamo orgogliosi che Fileni abbia scelto il nostro progetto». F.C.



NON HO PIÙ TEMPO PER TE

Enpa ringrazia per la concessione gratuita di questo spazio.



SE ABBANDONI UN ANIMALE, IL PROBLEMA SEI TU.

Basta scuse.
Abbandonare
un animale è un reato.
La responsabilità è tua.



**Ente Nazionale
Protezione
Animali**
Ente morale • ODV
enpa.org

IN FERPI NASCE LA COMMISSIONE “RELAZIONI DI GENERE”

Si chiama “Relazioni di genere” la nuova Commissione speciale istituita da **FERPI** per promuovere la cultura del rispetto fra i generi e individuare azioni concrete di contrasto a violenza, molestie e discriminazioni. Rappresentata dalla Vicepresidente **Daniela Poggio**, la Commissione vedrà schierate in prima linea anche la Segretaria Generale, **Daniela Bianchi**, e la Presidente di Ferpi Servizi, **Elena Salzano**.

La decisione segue la nota diffusa nei giorni scorsi con cui la Federazione, insieme al suo Presidente, **Filippo Nani**, aveva già preso posizione, accanto a molte altre organizzazioni espressione della società civile, sulle notizie relative a comportamenti sessisti e discriminatori nei confronti delle donne all'interno dell'industry della comunicazione. Ferpi aveva sollecitato la necessità di contribuire tutti, nei propri ambiti di attività, al cambiamento di una cultura patriarcale ancora dominante. Ogni giorno se ne hanno, purtroppo, nuovi

esempi. «Tante delle socie di FERPI sono attiviste e stanno contribuendo con la loro voce a percorrere il sentiero della propria e altrui emancipazione, trovando ampio consenso anche tra i loro colleghi uomini. Sono orgogliosa della nostra comunità che ha saputo reagire tempestivamente e con voce sola a questo nuovo capitolo del #MeToo, prendendo fin da subito una posizione chiara. D'altronde non possono esserci buone relazioni pubbliche se non risolviamo la questione della buona relazione tra i generi» ha dichiarato Daniela Poggio.

La neonata Commissione “Relazioni di genere” – la cui composizione è in via di definizione – avrà all'inizio queste aree di lavoro: Iniziative, con Daniela Ballarini; Linguaggio e formazione, con Annamaria Anelli; Analisi dei media, con Santina Giannone; Strumenti di parità, con Rosella Scalone. Tra i suoi compiti: allargare il piano di formazione con moduli formativi contro gli stereotipi, le molestie e la violenza di genere; promuovere tutti gli strumenti oggi disponibili – o immaginabili – utili a incentivare le buone pratiche; creare criteri e linee guida per il whistleblowing; istituire un team di delegati e delegate che seguano con supporto legale le vicende riconducibili a casi di discriminazioni; assistere le professioniste che siano vittime di pratiche inique, abusi o testimoni di essi; proporre il deferimento immediato alle funzioni preposte di eventuali comportamenti scorretti.



DANIELA POGGIO, DANIELA BIANCHI, ELENA SALZANO



email marketing
email platform
performance marketing

ketchupadv.com

ZOOCOM ACCOMPAGNA FONZIES NEGLI EVENTI ESTIVI

Si consolida il rapporto tra **ZooCom**, la next gen creative agency del **Gruppo OneDay**, e **Fonzies**, il più brand del gruppo **Mondelēz International**. La collaborazione quest'anno è iniziata durante la nuova stagione della **Bobo tv**, dove Fonzies è stato protagonista da febbraio a maggio, con rubriche dedicate e contenuti social che hanno appassionato gli utenti online. Il brand ha partecipato anche nelle due tappe della Bobo Tv a Teatro, che si sono tenute a Lecce nel mese di maggio e a Napoli nel mese di giugno. Durante questi eventi teatrali, sono state realizzate numerose attività all'interno dei teatri, ingaggiando gli spettatori e amplificando l'esperienza sui social media. Inoltre, questa estate la collaborazione continua in occasione della seconda edizione della **Bobo Summer Cup Padel**, una delle competizioni sportive estive più attese, che vedrà il marchio Fonzies come protagonista assoluto all'interno delle arene. ZooCom garantirà un presidio completo del brand nelle tre tappe di Marina di Ragusa, Viareggio e Lignano Sabbiadoro, anche attraverso uno stand interattivo in cui i partecipanti avranno l'opportunità di mettere alla prova le proprie abilità con giochi speciali, e di gustare tutto il sapore di Fonzies. Sarà infatti possibile assaggiare sia la versione classica di Fonzies che la Limited Edition Chilli e Pomodoro, quest'ultima siglata in un pack completamente personalizzato con l'immagine del leggendario Bomber. Il connection plan prevede inoltre l'amplificazione delle collaborazioni del brand con la **Federazione Italiana Giuoco Calcio** e la **Federazione Italiana Pallavolo**. Nelle località di Palinuro, Montesilvano e Bellaria, i presenti potranno immergersi in molteplici attività interattive e avranno l'opportunità di assaporare gli iconici e croccanti snack di mais. Inoltre, non mancheranno le emozioni anche durante gli Europei di pallavolo, che si terranno in Italia quest'anno per entrambe le squadre, maschile e femminile. ZooCom garantirà un coinvolgimento speciale durante questo prestigioso torneo che avrà luogo a cominciare dal 15 agosto, con un'inaugurazione all'Arena di Verona, fino al 16 settembre con le finalissime che si terranno a Roma. Infine, Fonzies sarà anche al fianco



della nazionale femminile di calcio durante i mondiali in Australia e Nuova Zelanda e di quella maschile a settembre durante le qualificazioni agli Europei del 2024. «Siamo felici di continuare a lavorare insieme a Mondelez e di creare nuove esperienze uniche per il brand Fonzies - commenta **Benedetta Latella**, Account Director di ZooCom -. Siamo determinati a portare la partnership tra Fonzies e le più prestigiose istituzioni sportive ad un livello superiore, creando momenti straordinari di interazione e partecipazione per tutti gli appassionati di calcio e pallavolo». Al progetto hanno lavorato l'Head of Strategy **Greta Santi**, l'Head of Events **Martina Celata** e l'Account Director **Benedetta Latella**.



OltreLaMediaGroup

Editore

Oltre La Media Group srl

Sede legale: Via Melchiorre Gioia, 66
20125 Milano - Italia

Sede operativa: Via Pescantina, 8 20162
Milano - Italia

Phone +39 349 2671133

Registrazione Tribunale di Milano
nr. 134 del 06/06/2019

Numero iscrizione al ROC: 33224

Amministratore unico

Giampaolo Rossi

Direttore responsabile

Andrea Crocioni

andrea.crocioni@oltrelamediagroup.it

Redazione

Laura Buraschi

laura.buraschi@oltrelamediagroup.it

Valeria Zonca

valeria.zonca@oltrelamediagroup.it

Collaboratori: **Fiorella Cipolletta**

Per inviare comunicati stampa:

touchpoint@oltrelamediagroup.it

Progetto grafico

Luciano Nardi / Kube Libre

Art Director

Massimiliano Martinelli

Grafica

Chiara Moffa

chiara.moffa@oltrelamediagroup.it

Ufficio Traffico

traffico@oltrelamediagroup.it

Responsabile Marketing ed Eventi

Maria Stella Gallo

mariastella.gallo@oltrelamediagroup.it

Responsabile Commerciale

Roberto Folcarelli

roberto.folcarelli@oltrelamediagroup.it

Sales Account

Federica Di Pietro

federica.dipietro@oltrelamediagroup.it

Giovanni Sorgente

giovanni.sorgente@oltrelamediagroup.it

Daniele Vanz

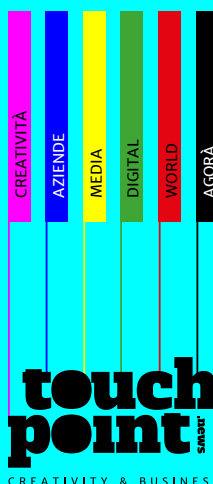
daniele.vanz@oltrelamediagroup.it

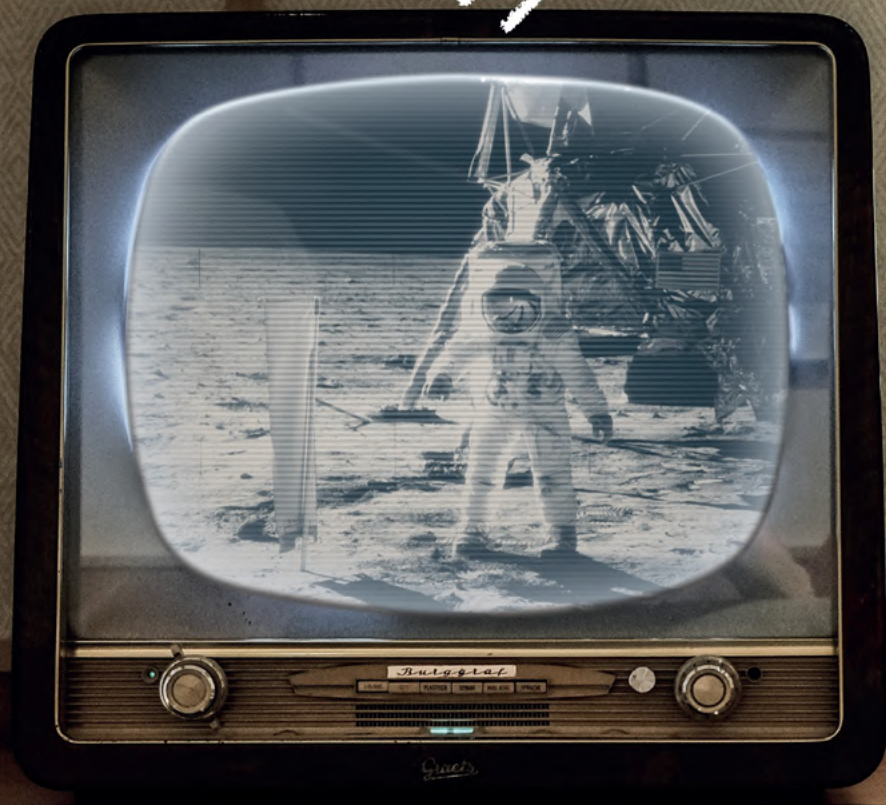
Per abbonarsi

abbonamenti@oltrelamediagroup.it

www.touchpoint.news

©OltreLaMediaGroup





Conoscete il detto che se con un dito indichi a un cane la Luna, il cane guarderà il tuo dito, non la Luna. Noi ci siamo sforzati di vedere più in là del nostro dito; abbiamo visto la Luna ma anche lo spazio. Lo spazio dove condividere idee in modo aperto. Benvenuta OltreLaMedia.tv



OltreLaMedia.tv