

«I CLIENTI DI OGGI VOGLIONO RELAZIONARSI CON UNA SOLA INTERFACCIA, VERSATILE, E MULTIDISCIPLINARE. I TEMPI DELLE AGENZIE A SILOS SONO DUNQUE DEFINITIVAMENTE TRAMONTATI». CON QUESTE PAROLE, JANE REEVE, CHIEF EXECUTIVE OFFICER DI JWT ITALIA, ANNUNCIA UN NUOVO PASSO NEL PROCESSO DI RIORGANIZZAZIONE DELL'AGENZIA, IN CUI TUTTE LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE VENGONO RAGGRUPPATE SOTTO IL CAPPELLO ISTITUZIONALE UNICO DELLA MAIN AGENCY. DA OGGI DUNQUE SI PARLERÀ SOLO DI JWT E NON PIÙ DI JWT/RMG



JANE REEVE



Nuovo spot per il nuovo claim

Nell'immagine, un frame del commercial di Amaro Lucano ideato da McCann Erickson e prodotto da Filmmaster on air in televisione

Campagne "Chi vuole un Lucano alzi la mano": il brand strizza l'occhio ai giovani e ai barman con firma di McCann Erickson

Il tempo di diventare parte dei nostri modi di dire è cambiato. Parliamo del celebre "Cosa vuoi di più dalla vita? Un Lucano". Ebbene sì, l'Amaro Lucano punta a rinnovare la propria identità e, nello specifico, ad affermarsi come prima scelta tanto fra i consumatori, quanto fra i barman al grido "Chi vuole un Lucano, alzi la mano" nella nuova campagna realizzata

da McCann Erickson. Un'operazione strategica che attualizza lo storico claim proponendo un nuovo slogan, impattante e con tutte le credenziali per trasformarsi nel prossimo "tormentone" dalla forte eco mediatica e profonda penetrazione fra target giovanili. Uno spot, diretto da Paolo Monico e prodotto dalla casa di produzione Filmmaster con la direzione della

fotografia a cura di Ray Coates, è già on air sulle principali emittenti televisive nazionali e sat. E' previsto inoltre il coinvolgimento di radio e web. Ma si tratta solo del primo step di un importante progetto di comunicazione multimediale che prevede anche il ridisegno del sito web a opera di Mrm Worldwide Italia, la Digital Thinking Agency parte di McCann Worldgroup.

Social media Le società italiane puntano sulle nuove "brand page" di Google+

Google+ ha aperto ufficialmente le sue brand page. Simili a profili utenti, le pagine aziendali si riconoscono da un'icona quadrata presente sulla destra del nome che ha lo scopo di diversificare le pagine dai profili privati. La piccola immagine è inoltre accompagnata, anche nel caso delle brand page, dall'immancabile simbolo indicante che l'account è verificato. Tra le prime aziende italiane che hanno scelto di cogliere questa nuova opportunità di comunicazione e visibilità aprendo un profilo G+, si annoverano Alitalia, Donna Moderna, Fiat, Tim, Vodafone, Juventus e Casa.it, azienda che conferma così la strategia Real Estate 2.0 inaugurata due anni fa.

Nelle immagini a destra le brand page di Google+ dedicate a Vodafone, Alitalia e Casa.it, tra le aziende italiane presenti sul social network di Big G



Web economy Oltre 27 mila piccole e medie aziende nazionali sbarcano online grazie al progetto "La Mia Impresa Online.it"

Sono oltre 27 mila le aziende che, a sei mesi dal lancio de La Mia Impresa Online.it - il progetto congiunto di Google, Seat Pagine Gialle, Register.it e Poste Italiane - hanno già registrato il proprio dominio web e fatto il loro debutto in rete. Questo il notevole bilancio del primo semestre dell'iniziativa lanciata nel maggio 2011 e volta a incoraggiare l'ingresso nel mondo internet delle piccole e medie imprese italiane. Registrandosi al sito www.lamiapresaonline.it, artigiani, commercianti e liberi professionisti hanno la possibilità di creare il proprio sito, promuoverlo online e attivare una piattaforma di e-commerce con



un'offerta gratuita per un periodo iniziale e il supporto di un call center dedicato in ogni fase del progetto. Ad aver abbracciato la rete grazie a La Mia Impresa Digitale, aziende d'ogni tipo: le imprese edili e immobiliari sono le più numerose (4,8%), seguite da ristoranti e pizzerie (2%) e da agenti e rappresentanti di commercio (1,4%). Poi idraulici, bar e caffè, negozi e consulenti di informatica, abbigliamento, parrucchieri, avvocati, imprese di pulizia, concessionari, meccanici, architetti e studi pubblicitari. Anche la distribuzione territoriale si presenta piuttosto omogenea: 44,4% al Nord, 21,5% al Centro e 34,1% al Sud.



Buongiorno Disponibile per la consultazione da iPhone il sito corporate della società

Buongiorno, azienda leader mondiale nel mercato dei contenuti a pagamento per telefonia mobile quotata in Borsa, è live con il proprio sito corporate (www.buongiorno.com) in versione iPhone. Il corporate mobile site ottimizzato per il device di Apple, arriva a pochi giorni dall'annuncio della rifocalizzazione strategica dell'azienda sul B2C - iniziata con l'acquisizione di Dada.net e proseguita con lo spin-off della maggior parte delle proprie attività relative al segmento B2B - e consente una navigazione mirata e che rende di fatto immediata anche la consultazione dell'andamento dello stock price.

Ricerche Yahoo! è main sponsor di "Osservatorio Multicanalità 2011"

"La multicanalità genera sviluppo?": è questo il filo conduttore della ricerca dell'Osservatorio Multicanalità 2011 (www.multicanalita.it e www.facebook.com/OsservatorioMulticanalita) condotta da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano, che quest'anno ritrova in Yahoo! un importante main sponsor. Nell'anno di bilancio di cinque anni di ricerca e di focus sugli sviluppi generati dalla multicanalità, la società dimostra di credere fortemente nel progetto sostenendolo, il che si traduce, per il team dell'Osservatorio Multicanalità, in un confronto diretto e prezioso con una realtà leader nell'innovazione tecnologica, voce autorevole sul consumo dei media tra ibridazione e multitasking. L'appuntamento con la presentazione dei risultati dell'"Osservatorio Multicanalità 2011 - La Multicanalità genera sviluppo?" è per il 15 dicembre ore 9.30 al Politecnico di Milano, Campus Bovisa.

Contest In rete Arbre Magique Free Style

Arbre Magique guarda ai giovani più creativi con il concorso "Crea in free style", che fino a maggio 2012 darà la possibilità di vincere uno scooter Liberty Piaggio, una tv al plasma Samsung e un Xbox 360 Kinect. Un'iniziativa pensata per i target più attivi sul web, che attraverso il sito Arbremagique.it/creainfreestyle, la pagina Facebook e un'app dedicata sul social network, potranno scoprire la nuova linea Free Style lanciata dal marchio.