

Telegrafo

In lancio Forchets OuTheline, divisione ambient ed eventi

Nasce una nuova divisione interna a Forchets. E' Forchets OuTheline, dedicata ad ambient ed eventi, guidata da Nicoletta Giannattasio. La prima attività di cui si è occupata è 'Sostanza e forma', un percorso esperienziale ideato per comunicare il design dei prodotti KitchenAid, il brand di lusso del gruppo Whirlpool. L'iniziativa, rivolta agli architetti e interior designer di Milano, prevede 5 appuntamenti con la presentazione degli elettrodomestici e con lezioni di alta cucina tenute dallo chef Carlo Cracco. E' la scuola di cucina Teatro 7 di Milano che ospita gli incontri ideati dal team formato dagli art Gaia Reggiani e Marco d'Antonio, dalla copy Federica Guidolin, sotto la supervisione del direttore creativo Pierfrancesco Jelmoni.

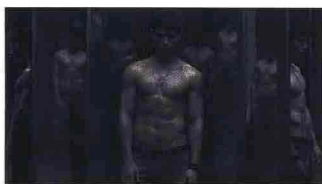
TiMedia cede ApCom al gruppo A.be.t.e

Accordo preliminare tra TiMedia (gruppo Telecom Italia) e Sviluppo programmi editoriali (gruppo A.be.t.e) per la cessione del 60% di Telecom Media News, la società che controlla l'agenzia di stampa ApCom. Il 60% verrà venduto a un prezzo simbolico dopo aver ricapitalizzato la società per 10,5 milioni di euro, per dotarla di mezzi adeguati al risanamento. Il gruppo A.be.t.e è già proprietario dell'agenzia Asca e di altre testate d'informazione.

Partnership tra Croce Rossa e Saatchi per 3 anni nel mondo

Saatchi & Saatchi e la federazione internazionale della Croce Rossa e della Mezzaluna Rossa si sono legate con una partnership che vedrà l'agenzia supportare a livello globale l'attività delle organizzazioni umanitarie attraverso i social media e il marketing per contattare nuove audience. L'attività call to action viene fatta attraverso la piattaforma www.ourworld-yourmove.org che gestisce user generated content, disponibile in otto lingue. La campagna triennale è basata sull'importanza della prevenzione e sulle informazioni utili in caso di disastri ed epidemie.

Fred & Farid lancia il profumo Only The Brave di Diesel



Con una campagna firmata da Fred & Farid, L'Oréal ha lanciato il nuovo profumo maschile firmato Diesel Only The Brave, on air anche in Italia. L'obiettivo è un target 'urban', a cui il brand si rivolge mettendo in luce la forza interiore che sta in ciascuno e la

determinazione nell'essere autori della propria vita, differenziando il prodotto da competitor quali Hermes, Hugo Boss, Dior. La campagna viene pianificata su stampa e tv con numerosi soggetti con ritratti individuali dei protagonisti. Gli scatti sono del fotografo inglese Platon, autore di numerose cover e ritratti di uomini di potere, mentre il regista degli spot prodotti da Irene/Flynn è Paul Gore, autore dei video dei Massive Attack, Placebo, Amy Winehouse. La traccia audio è del percussionista Guem che ha creato appositamente 'Le lézard' che aggiunge pathos allo storytelling.

INVESTIMENTI PUBBLICITARI SULLA STAMPA - GEN./MAR. 2009					
QUOTIDIANI	Spazi		Fatturato netto		
	gen/mar 09 n° moduli	Var%. 08/09	gen/mar 09 (in migliaia di euro)	Var%. 08/09	
A PAGAMENTO					
Comm. nazionale	23.790	-2,8	130.511	28,7	
Di servizio	4.134	-8,5	48.463	-23,7	
Rubricata	6.787	-13,2	30.210	-11,1	
Comm. locale	83.001	-10,6	94.722	-17,4	
Totale a pagamento	117.712	-9,2	303.906	-23,1	
FREE PRESS					
Comm. nazionale	3.025	-19,6	9.049	-33,8	
Di servizio	93	-45,8	211	-49,6	
Rubricata	14	n/a	7	n/a	
Comm. locale	6.061	-12,5	5.208	-19,5	
Totale free press	9.193	-15,4	14.475	-29,6	
QUOTIDIANI					
Comm. nazionale	26.815	-5,1	139.560	-29	
Di servizio	4.227	-9,9	48.674	-23,9	
Rubricata	6.801	-13	30.217	-11,1	
Comm. locale	89.062	-10,7	99.930	-17,5	
Totale quotidiani	126.905	-9,7	318.381	-23,4	
PERIODICI	Spazi		Fatturato netto		
	gen/mar 09 n° moduli	Var%. 08/09	gen/mar 09 (in migliaia di euro)	Var%. 08/09	
Settimanali	14.857	-28,9	82.171	-35,2	
Mensili	14.902	-23	69.212	-28,2	
Altre periodicità	1.839	-20,6	8.934	-13,1	
Totale periodici	31.598	-25,8	160.317	-31,4	
FATTURATO TOTALE			478.698	-26,3	

Fonte: Osservatorio Fcp - Fieg

Nel 1° trimestre il fatturato stampa flette del 26%

E' sempre negativo il trend del fatturato pubblicitario della stampa, ma rispetto al progressivo a febbraio i quotidiani presentano mediamente una diminuzione dei cali, mentre le testate periodiche sono in perdita stabile. Nel primo trimestre il mezzo nel complesso ha registrato una flessione del 26% rispetto allo stesso periodo del 2008. I Quotidiani in generale hanno registrato una diminuzione di fatturato del 23% e una diminuzione degli spazi del 10%; andamenti simili interessano i quotidiani a pagamento e le varie tipologie. Fatte le proporzioni, quella che cala 'meno' è la Rubricata che ha segnato una flessione dell'11% a fatturato e del 13% a spazio. Raggiunge una flessione del 30% il fatturato dei quotidiani Free, a fronte d'un calo a spazio del 15%. Cali impegnativi anche per i periodici in generale, con un fatturato in diminuzione del 31% e un calo degli spazi del 26%, andamento negativo che si riflette sui mensili in particolare.

Posteitaliane per imprese e professionisti con Ogilvy



Ogilvy Roma firma la nuova campagna integrata di Poste Italiane per il lancio di Conto BancoPosta In Proprio, rivolto ai liberi professionisti e alle piccole imprese. Alla base della creatività c'è l'idea di evoluzione che coinvolge anche il conto corrente. Nel visual sono presenti oggetti tecnologici usati nella quotidianità in versioni obsolete, come un vecchio computer e un pos nella declinazione su stampa e radio, e una vecchia stampante e una macchina da scrivere per quella web. Headline: 'La tua attività si è evoluta. E il tuo conto corrente?'. Ad occuparsi della declinazione web è stato il team di Ogilvy Interactive Milano.

ICMoving Channel riempie il tempo negli aeroporti

E' nato ICMoving Channel, network televisivo digitale degli aeroporti che informa e riempie il tempo d'attesa dei passeggeri. Lo gestisce la nuova società vicentina ICMoving Channel, controllata da Icm Immagine Integrata, specializzata in airport advertising. Il nuovo circuito è già presente negli aeroporti di Milano Malpensa e Linate, Venezia Marco Polo, Treviso Canova e Bergamo Orio al Serio. Il palinsesto propone news di fonte Ansa.

Despar Eurospar-Interspar meteorologica con Götsche



E' Götsche a firmare la nuova comunicazione di Despar-Eurospar-Interspar, con una campagna che ha per protagonista un annunciatore di un meteo stravagante perché la turbolenza climatica prevista per l'Italia è in realtà l'arrivo di un'ondata di risparmio. Lo spot da 15" è on air su Canale 5, Rete 4, La 7, Sky, affiancato da un comunicato radiofonico pianificato nel circuito della catena di distribuzione. Il team creativo è formato dalla copy Alba Minadeo e dall'art Lara Brugnolo sotto la direzione creativa di Michael Götsche. La produzione video è a cura di Flying Film, quella audio di Preludio.