



**Master24
MARKETING, COMUNICAZIONE
E MEDIA DIGITALI**

Milano, dal 21 ottobre - 13^a edizione
13 mesi, 1 weekend al mese in aula e corsi on line





Giorgio Cignoni, Serena Di Matteo e Federico Ghiso

DAL BISCOTTO SENZA OLIO DI PALMA AL FROLLINO 'DEI GRANDI'

Plasmon, un'azienda in ascolto. Sul web il 40% del budget adv

Serena Di Matteo, responsabile Brand & Adv del marchio, illustra i piani di sviluppo dell'azienda. Ad Alkemy le 'chiavi' della strategia digitale

[pagina 8]

IL NEW BUSINESS PESA IL 25% SUL TOTALE DEL FATTURATO

H+K Strategies Italia, approccio integrato e consulenziale. Obiettivo 2016 +15%

La general manager Alessandra Favilli: "Adottiamo metodologie comuni al fine di servire al meglio i clienti, che sempre di più chiedono una comunicazione transazionale"

[pagina 3]

..... ALL'INTERNO

CON LEO BURNETT DA MCDONALD'S SI FA IL PIENO. NON SOLO DI GUSTO

pag. 2

VODAFONE ITALIA E DISCOVERY ITALIA: AL VIA LA PARTNERSHIP SUI CONTENUTI

pag. 10

BBS RIVOLUZIONA LA PROMOZIONE DEL VINO CON WINE SHOP

pag. 17

IL GRUPPO FERRERO TORNA ON AIR

Linus e sua moglie Carlotta testimonial di Kinder CereAlé

Il direttore di Radio DeeJay protagonista dei nuovi spot della merendina pensata per gli adulti

[pag. 5]

I VINCITORI DEL 29° INTERNATIONAL GRANDPRIX ADVERTISING STRATEGIES



CLICCA SUL FRAME PER VEDERE IL VIDEO

TODAY DIGITAL da pagina 17 



SAXOPRINT
OGGI SI STAMPA ONLINE

Scopri lo sconto esclusivo per i lettori di Today

Risparmia 10€

www.saxoprint.it

LA PIATTAFORMA CHE TRASFORMA L'ESPERIENZA MULTIMEDIALE IN MULTISENSORIALE

BBS RIVOLUZIONA LA PROMOZIONE DEL VINO CON WINE SHOP

di Andrea Crocioni

BBS lancia sul mercato **Wine Shop**, la nuova piattaforma touchscreen dedicata al mondo del vino. La società con sede nella Franciacorta, forte



Bruno Bottini

dell'esperienza maturata in progetti di valorizzazione turistica e dei prodotti tipici fatta attraverso piattaforme multimediali interattive distribuite in tutta Italia, con questa iniziativa imprenditoriale si focalizza ora su una delle eccellenze tipicamente italiane. Queste macchine, nate dall'intuizione di BBS, infatti, attraverso l'integrazione di diverse piattaforme - da quella informativa a quella logistica - consentono al consumatore di vivere un'esperienza completa che riproduce la visita alle cantine e al

territorio di provenienza del prodotto, di degustare fino a otto vini diversi (le bottiglie a seconda delle necessità sono tenute a differenti temperature) ed eventualmente di acquistarli attraverso un'evoluta piattaforma di e-commerce. "Con Wine Shop - spiega **Bruno Bottini**, managing director di BBS Italia - siamo passati dal multimediale a un approccio multisensoriale. I nostri apparecchi da semplici punti informativi virtuali si trasformano in negozi, con costi di gestione molto bassi. Ma

non solo, nei nostri corner si può accedere a contenuti interattivi: foto, video, testi, documenti, mappe ed eventualmente anche mettersi in contatto live con le stesse cantine per chiedere informazioni aggiuntive". Wine Shop rappresenta una proposta promo-commerciale ambiziosa che mira a coinvolgere i consumatori, principalmente turisti, in modo immersivo facendogli mondo vivere anche a distanza il mondo della viticoltura e dell'enologia.

continua a pag 19

ALL'INTERNO

FCP-ASSOINTERNET: AD APRILE INVESTIMENTI SU INTERNET A -4,8%
pag. 19

REPRISE MEDIA FIRMA IL LANCIO DEL FILM 'STONEWALL'
pag. 23

AUDIWEB, AL VIA LA FASE FINALE DEL BEAUTY CONTEST
pag. 25

NUOVA GOVERNANCE

NEXT 14 DIVENTA 'SPA', DEL RIO E SCOTTI ENTRANO NEL BOARD

Il gruppo indipendente nel data-driven marketing e adv conferma l'obiettivo di 10 milioni di ricavi per il 2016

pag 21

ORGANIZZATA DA DOING E DAI PARTNER

LA SOCIAL MEDIA WEEK AI NASTRI DI PARTENZA A MILANO

Il tema della quarta edizione: 'Digital Leaders, come le tecnologie sociali cambiano il rapporto con chi ci guida'

pag 22

world friends

Insieme negli slum

5x1000

codice fiscale
972 565 405 80

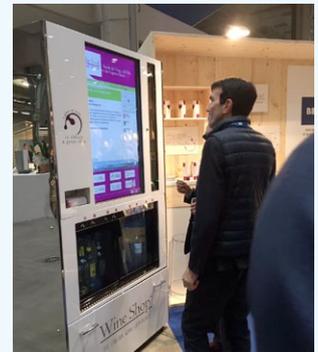
IL PROGETTO DI BBS PER LA PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE ITALIANE NEL MONDO

IL SOMMELLIER DIVENTA VIRTUALE CON WINE SHOP

(Segue dalla prima) **Wine Shop** può essere raccontato come un sommelier 'virtuale', o come un negozio 'portatile', ma è soprattutto uno strumento di comunicazione che ha l'obiettivo di supportare i produttori italiani nella promozione dei propri vini, nella Penisola, ma anche a livello internazionale, con un occhio di riguardo ai Paesi emergenti. "Per questo - afferma **Bruno Bottini** - non pensiamo solo alle singole cantine, ma anche ai Consorzi che attraverso questo strumento possono proporre al pubblico, a rotazione, i prodotti dei propri associati. Noi

siamo in grado di garantire assistenza in tutto il mondo. Naturalmente, guardiamo con interesse anche agli operatori della gdo, anche se al momento non ci sono accordi in corso". I contenuti informativi di ogni corner Wine Shop vengono sviluppati da BBS in modo personalizzato, letteralmente 'cuciti' sulle esigenze dei clienti. Gli apparecchi possono essere acquistati direttamente dagli operatori del settore vitivinicolo, o noleggiati per eventi. Ma c'è una terza opzione. "E' possibile per le cantine acquistare uno spazio per i propri vini sulle postazioni fisse che noi ge-

stiamo direttamente - precisa Bruno Bottini -. La prima che abbiamo installato è all'interno dell'aeroporto Catullo di Verona (non a caso la città del Vinitaly, ndr), un'area di grande transito di turisti, anche stranieri. Qui chi lo desidera può pagare una degustazione, assaggiare uno dei vini proposti e fare l'ordine, così da ricevere direttamente il prodotto a casa propria, in qualunque parte del mondo". Wine Shop sarà promossa soprattutto attraverso fiere, attività di comunicazione diretta alle aziende del settore ed eventi sul territorio. La società **Ellisse** si occupa della



Maurizio Martina, Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, alle prese con Wine Shop allo stand di BBS durante l'evento Seeds&Chips

comunicazione di **BBS Italia**, sia per le attività online e offline.

GIORGIO GALANTIS: "PRIMO QUADRIMESTRE A FASI ALTERNE"

FCP-ASSOINTERNET: AD APRILE INVESTIMENTI SU INTERNET A -4,8%

L'**Osservatorio FCP-Assointernet** ha reso noti i dati relativi al mese di aprile 2016, raffrontati allo stesso periodo del 2015. Si evidenziano i seguenti risultati per device/strumento: web -9,9%; mobile +160,4%; tablet -29,4%; smart tv/console -76,8%. Il totale è -4,8%. Commenta **Giorgio Galantis**, presidente FCP-Assointernet: "Nel periodo

gennaio-aprile 2016 l'Osservatorio FCP-Assointernet rileva una leggera flessione relativamente al perimetro monitorato, dovuta al risultato negativo registrato in aprile, mese storicamente spesso contraddistinto da risultati altalenanti. Il primo quadrimestre evidenzia un andamento a fasi alterne, analogamente allo scorso anno. Si conferma comunque il trend

molto positivo della componente Mobile, che ha conseguito risultati molto positivi con una crescita progressiva di circa il +153% rispetto all'omologo periodo del 2015".



MOBILE

EDREAMS ODIGEO LANCIA NOTIFICHE GRATUITE SUGLI STATUS DEI VOLI E LE GUIDE DI VIAGGIO

La travel company europea **eDreams Odigeo** ha appena lanciato due nuove soluzioni destinate a migliorare l'esperienza di viaggio: gli avvisi gratuiti sugli status dei voli e le guide turistiche incluse nelle sue app mobili. Attraverso l'invio di notifiche intelligenti, i clienti ora potranno ricevere aggiornamenti personalizzati in tempo reale sul loro



viaggio. Ai viaggiatori, più nel dettaglio, saranno notificati ogni tipo di ritardo dei voli, le cancellazioni, così come gli annunci dei singoli gate d'imbarco o dei nastri di restituzione dei bagagli. Questo servizio è disponibile gratuitamente sulle piattaforme mobile Android e su quelle iOS per tutti quei passeggeri che hanno prenotato un viaggio con

eDreams, Opodo o GoVolo, e avranno effettuato il login attraverso l'app. L'implementazione della app inoltre prevede dei contenuti complementari a supporto del viaggio relativi a informazioni sulla destinazione, sui migliori ristoranti, sulle attrazioni, sui bar e sulla nightlife, così come anche suggerimenti romantici. Tutto questo, per oltre 500 mete nel mondo. "Siamo alla costante ricerca di soluzioni per migliorare l'esperienza di viaggio dei nostri

clienti attraverso la tecnologia - ha dichiarato Dana Dunne, ceo di eDreams Odigeo -. Con un quarto delle nostre prenotazioni effettuate da mobile, ben oltre la media del settore, consideriamo un dovere offrire ai nostri clienti importanti notifiche in tempo reale sui loro viaggi e suggerimenti sulla loro destinazione. Fornendo servizi attesi dai viaggiatori, stiamo mantenendo la promessa di rendere la nostra offerta mobile la migliore sul mercato".