

ITALIA  
GARE

## Omd vince la gara media di Trenitalia. Budget 4 mln

Si è conclusa con la vittoria di Omd la gara avviata da Trenitalia per l'assegnazione della gestione delle attività media. L'incarico è biennale e riguarda un budget che quest'anno sarà intorno ai 4 milioni di euro, quindi in crescita rispetto ai 3,5 dello scorso anno. Tv, radio, stampa, affissioni e web sono i mezzi che l'azienda abitualmente pianifica con creatività curata internamente, dopo la fine del contratto con Pomilio Blumm.

Alla consultazione avevano partecipato anche l'uscente Mindshare, ZenithOptimedia e Starcom.

GLOBAL  
SPONSOR

## Mini rinnova partnership con Burton



Mini rinnova la partnership con Burton Snowboards, uno dei marchi più famosi di prodotti per lo snowboard, per altri tre anni. Inaugurata nel 2011, la partnership ha

portato in questi anni alla realizzazione di competizioni ed eventi di snowboarding a livello mondiale, comprese Burton US Open, Burton European Open, Burton Rail Days a Tokyo e Burton High Fives in Nuova Zelanda.

In qualità di presenting partner di Burton Global Event Series (BGES), Mini si unirà a Burton negli Stati Uniti, in Nuova Zelanda, in Giappone ed in Europa per allestire competizioni di snowboard a livello mondiale che comprenderanno anche installazioni artistiche, concorsi creativi ed eventi.

USA  
TV

## 'Imported from Motown', Chrysler lancia il musical



"Se le auto sono il cuore della nostra città, la musica è la sua anima". Così recita il fondatore di Motown, Berry Gordy, nella pubblicità che promuove lo

spettacolo "Motown: the Musical" sponsorizzato da Chrysler ([leggi la notizia](#)) che debutterà il prossimo 14 aprile al Lunt-Fontanne Theater di New York. La campagna ha come star un'edizione speciale della 'Chrysler 300C sedan', dedicata alla storica etichetta di musica soul, oggi controllata da Universal Music, che tra gli altri ha prodotto Stevie Wonder, Marvin Gaye e i Jackson 5. Nello spot il fondatore di Motown dopo aver guidato l'auto speciale da Detroit a New York entra in un teatro mentre sullo schermo appare la scritta "Importata da Motown", trasformando lo storico slogan di Chrysler "Importata da Detroit". Da metà marzo, alla pubblicità sulle tv nazionali si uniranno anche diversi cartelloni giganti che dovrebbero invadere New York: da Penn Station a Times Square. Si stima che la promozione del musical sia costata al gruppo americano controllato da Fiat tra i sei e gli otto milioni di dollari.

ITALIA  
SPONSOR

## Fiat anche nel 2013 con la pallacanestro

Continua anche nella stagione 2013 la partnership tra Fiat Group Automobiles e la Federazione Italiana Pallacanestro. In particolare, come avvenuto lo scorso anno, il brand Fiat sarà al fianco della Nazionale - squadre maschile, femminile e giovanili - in qualità di partner ufficiale mettendo a disposizione dello staff azzurro il modello Fiat Freemont in occasione delle partite ufficiali, amichevoli e ritiri.