

IL PRIMO QUOTIDIANO DELLA COMUNICAZIONE
FONDATO DA GIANNI MUCCINI

www.pubblico-online.it

ABBONATI**Conto Italiano**
IL CONTO A KM ZERO**SCEGLI QUELLO GIUSTO PER TE**
www.contoitaliano.it**MONTE DEI PASCHI DI SIENA**
BANCA DAL 1472

Lorenzoni nuovo vice president marketing&digital di Discovery Italia

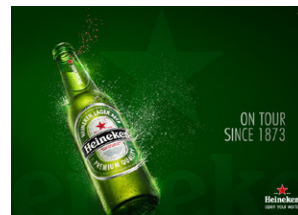
Con l'incarico il manager entra a far parte della squadra guidata da Marinella Soldi e assume la responsabilità non solo dell'area marketing, ma anche di settori strategici quali social media e online, l'area on-air e le consumer pr.

pag. 3

Publicis Italia firma la campagna mondiale Heineken Alive

Nella campagna il prodotto viene trattato secondo lo spirito del dna di Heineken, open e world class, e il desiderio di una Heineken, divenuto incontenibile, si libera ed esplose.

pag. 3



Coop affida il media a Phd con assegnazione diretta

Il marchio della grande distribuzione ha deciso di affidare all'agenzia del gruppo Omnicom Media Group un budget che dovrebbe ammontare a circa 15 milioni di euro. L'incarico è stato attribuito senza gara.

pag. 5

1861united porta su stampa Honda Marine

La creatività sottolinea il concetto che con il nuovo motore anche i meno esperti potranno affrontare tranquillamente il mare. La stampa è on air da gennaio sui principali periodici di settore.

pag. 5

Rainews, Maggioni verso la direzione

Il direttore generale della Rai Luigi Gubitosi ha deciso di proporre Monica Maggioni, caporedattore degli Esteri del Tg1, come nuovo direttore di Rainews. L'indicazione da parte del dg è conseguente all'uscita di Corradino Mineo, candidato capolista per il Pd al Senato. La nomina deve essere votata dal consiglio d'amministrazione della Rai. Il punto è stato inserito all'ordine del giorno a 24 ore dal cda, in deroga per motivi d'urgenza alle 48 previste da regolamento. La candidatura di Mineo infatti, aveva dichiarato ieri l'esecutivo Usigrai in una nota, rende "di assoluta urgenza una soluzione immediata e definitiva per la direzione di Rainews. L'all-news della Rai si trova improvvisamente senza guida alla vigilia di una delicata campagna elettorale".

Visita il sito e diventa protagonista
www.pubblico-online.it

Seguici su: [Facebook icon] [Twitter icon] [LinkedIn icon]

Home | Abbonati ora | Archivio | Chi siamo | Storia | Partner | Contatti

PUBBLICO IL PRIMO QUOTIDIANO DELLA COMUNICAZIONE FONDATO DA GIANNI MUCCINI

Conto Italiano SCEGLI QUELLO GIUSTO PER TE

ATTUALITÀ - CAMPAGNE - AGENZIE - MEDIA - EVENTI GARE - AGENDA

CASE DI PRODUZIONE MARCHI SCAFFALE SPONSORSHIP DIGITAL ASSOCIAZIONI JOB OPPORTUNITIES

P commenta gli articoli

Budget in movimento

A Phd il budget media di Coop

Coop Italia ha deciso di affidare a Phd, agenzia del gruppo Omnicom Media Group, il proprio budget media che dovrebbe ammontare a circa 15 milioni di euro (in linea con l'investimento del 2012). L'assegnazione è avvenuta in maniera diretta, senza alcuna gara e Phd, di cui recentemente è stato nominato managing director Vittorio Bucci, subentra all'uscente Mec. Si tratta

della seconda acquisizione dell'anno per Omnicom Media Group, dopo la recente vincita del budget Sisal da parte dell'altra sigla del gruppo, Omd. Sul fronte della creatività, l'incarico è gestito da Y&R Group che firma anche la campagna on air da febbraio con Luciana Littizzetto. Coop è uno dei principali marchi della grande distribuzione organizzata del nostro Paese, con una quota di

mercato del 18,4%, un fatturato di oltre 13 miliardi di euro, 1.474 strutture di vendita e oltre 56.900 addetti, e si configura come una rete di imprese che appartiene a circa 8 milioni di soci con una percentuale di crescita del 3,6%. Le cooperative di consumatori sono riuscite a creare in Italia una solida e capillare rete in grado di coniugare le logiche di mercato con la responsabilità sociale.



Vittorio Bucci

Campagne - Creatività

1861united porta su stampa il nuovo fuoribordo di Honda Marine

1861united, l'agenzia guidata da Pino Rozzi e Roberto Battaglia, firma la campagna stampa Honda Marine per il nuovo fuoribordo BF40: un motore eclettico, dai consumi ridotti e adatto anche a chi

non ha la patente nautica. Nella creatività compare un tirolese in abiti tipici con un elemento che però stupisce, un'ancora tatuata sul braccio che sfoggia con orgoglio. La headline "Adesso il mare è davvero

aperto a tutti" sottolinea il concetto che con questo motore anche i meno esperti potranno affrontare tranquillamente il mare. La stampa è on air da gennaio sui principali periodici di settore. La pianificazione

è stata curata dal centro media Bravo Communication. La campagna è stata ideata dall'art Federico Navarra e dal copy Riccardo Di Capua con la direzione creativa di Francesco Polletti e Serena Di Bruno.

Valzer di poltrone

Nuove nomine ai vertici nel gruppo Havas

Il global ceo di Havas David Jones ha annunciato due nomine strategiche per il gruppo a livello internazionale. Andrew Benett, attualmente global ceo Arnold Worldwide, è stato nominato global president in Havas Worldwide, con l'incarico di guidare il management del network mondiale. Il manager riporterà direttamente a Jo-

nes, che manterrà la carica di global ceo del gruppo Havas Worldwide. Benett, che lavora in Havas da una decina d'anni, manterrà anche il suo ruolo di chief strategy officer in Havas Creative Group. Robert LePlae invece, global president di Arnold Worldwide ne diverrà global ceo riportando anche lui a David Jones.



Honda BF40.
Adesso il mare è davvero aperto a tutti.

HONDA
The Power of Dreams

Da oggi vivere il mare è ancora più facile. Con il nuovo Honda BF40 anche chi non ha la patente nautica potrà prendere il largo come un vero signore di mare. Infatti, grazie alla tecnologia BLAST 5 godrai accelerazioni scattanti e con il sistema ECOmode avrai un'irresistibile risparmio di carburante a velocità di crociera. Honda BF40, tra te e il mare non ci sarà più un abisso.
marina.hondaitalia.com - Info Contact Center: 848.844.432

HONDA
MARINE