

Mercato Omnicom Media Group: lancia OMGcloud e archivia l'anno con un fatturato in crescita del 7%

Omnicon Media Group lancia, al sito omgitaly.it, OMGcloud, uno spazio digitale aperto attraverso cui si possono avere informazioni su tutte le novità del gruppo e in particolare delle sue strutture OMD e PHD, e ricerche, news, dati, insight, eventi e pubblicazioni di marketing. Il progetto è stato ideato e sviluppato a livello locale dal gruppo di cui è ceo Marco Girelli e verrà alimentato quotidianamente da Chiara Tescari, marketing manager di OMG, e Manuela Linari, responsabile dei contenuti editoriali, utilizzando un mix di fonti locali e provenienti dal network internazionale oltre a materiale inedito direttamente pubblicato dal gruppo e dalle sue sigle. Il portale non vuole sostituirsi ai siti web istituzionali delle due citate principali sigle media, di cui contiene comunque i rimandi, ma vuole rappresentare un divulgatore di contenuti, un incubatore di idee, un'agorà dove condivi-

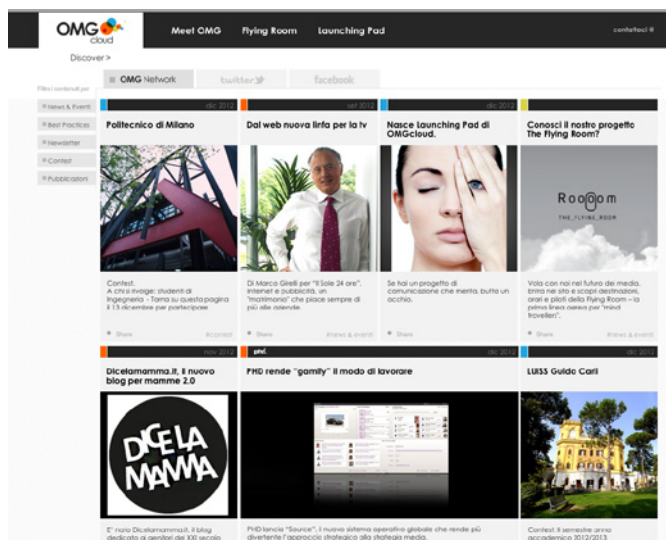
Il gruppo di cui è ceo Marco Girelli ha attivato uno spazio virtuale "aperto" per condividere informazioni, ricerche e insight. La società registra nel frattempo un giro di affari positivo per l'anno che sta terminando, grazie soprattutto al digitale e ai servizi consulenziali

di **Vittorio Parazzoli**

dere informazioni e conoscenze, la passione per l'innovazione, la tecnologia, la comunicazione. «È uno spazio concreto pensato e sviluppato per favorire la partecipazione e il confronto, promuovere la ricerca e la formazione, con l'obiettivo sempre vivo di ispirare e sostenere le idee, quelle buone, aiutandole a diventare grandi – spiega Girelli -. Si tratta di un progetto in cui crediamo moltissimo e che abbiamo voluto fortemente. Come gruppo crediamo che la trasparenza sia uno dei valori più importanti su cui puntare, anche come condivisione dell'informazione e della creazione di conoscen-

za nuova». Particolarmente interessante e innovativa la sezione Launching Pad, iniziativa sviluppata in collaborazione con alcune selezionate università italiane che prevede la creazione di contest dedicati a specifici corsi di laurea, con l'obiettivo di individuare nuovi talenti nell'ambito di progetti digital, hi-tech e di comunicazione, premiando l'eccellenza con opportunità professionali. Per la sua prima edizione, che viene lanciata proprio oggi, il contest "numero zero" di Omnicom Media Group prevede la somministrazione di un project work dedicato agli studenti del Politecnico di Milano, amanti e maniaci del digital, ai quali è data la possibilità di esprimere il proprio potenziale creativo in un progetto innovativo da concretizzare in strumenti tangibili e modelli di business nei "cantieri" del Gruppo. Un'"officina tematica", dunque, dove nuove idee imprenditoriali possano emergere, valorizzando competenze ed intuizioni. A seguire, nel II semestre dell'anno accademico 2012-2013, i contest saranno sviluppati anche con altre università quali Bocconi, Cattolica e Luiss, con lo studio di progetti diversificati per i target delle strutture coinvolte. Continua Girelli: «Vogliamo dare con questo progetto un segnale del fatto che il mondo della comunicazione possa rappresentare ancora un terreno fertile per lo svilup-

po professionale di talenti. Negli ultimi anni, il mondo della pubblicità e della comunicazione ha perso un po' di appeal nei confronti delle menti più brillanti: vogliamo invece che torni ad essere per loro una possibilità concreta e motivante». L'unica sezione cui si accede con password è quella di The Flying Room, progetto sviluppato con The Soon Institute, la factory di idee diretta ad Amsterdam da Lorenzo De Rita, per esplorare nuovi scenari, nuove teorie e nuove tecnologie, analizzare il futuro dei media e del marketing. Per Girelli è anche l'occasione per fare con DailyMedia il punto della situazione di OMG in chiusura d'anno. «Sul fronte del billing (dove OMG è quotata a 900 milioni di euro di amministrato, ndr) – spiega – registreremo anche noi un calo, seppure inferiore alla contrazione attesa per gli investimenti grazie al new business effettuato in questi 12 mesi. Il fatturato, invece, sarà in crescita del 7%, frutto soprattutto delle nostre attività non atl che, ormai, rappresentano il 40% circa del nostro giro di affari. Il digitale, cui sono dedicate in tutto 70 persone, rappresenta ormai un terzo delle nostre revenue e in particolare si registra l'ottima performance di OMG.biz, che offre servizi digitali ad alto valore aggiunto. Un'altra area per noi molto premiante è quella dell'elaborazione dei dati, delle informazioni, delle ricerche effettuate anche con panel proprietari. Per noi, questa è la parte positiva della recessione: essere consulenziali e sviluppare aree di conoscenza che i clienti ci chiedono sempre di più per affrontare il mercato e il contesto difficile in cui ci troviamo».



La home page di OMGitaly.it