

## MEDIA E MULTIMEDIA

A MAGGIO 448.000 UNIQUE BROWSER E 6.405.000 PAGINE VISTE

### ToBE raddoppia, il lusso torna su carta e si sfoglia anche online

ToBE-Inside Luxury ritorna nella versione cartacea, che si affianca ai numeri del web che si posizionano ai vertici del settore lusso in Italia (448.000 unique browser e 6.405.000 pagine viste - maggio 2012 - fonte Comscore). "La nostra rivista - sottolinea il direttore **Flavio Incarbone** - torna nelle mani dei lettori, dei clienti, dei partner. Una veste rin-

novata esteticamente, evoluta nei contenuti, ancora più focalizzata sul target ma soprattutto con alle spalle un grande progetto integrato, tra cartaceo, di periodicità trimestrale, e web. I sei mesi che ci hanno visto lontani dalla carta ci hanno consentito nel frattempo di lanciare anche [tobe.libero.it](http://tobe.libero.it), sito del lusso online da metà febbraio in partnership con il

primo portale italiano, **Libero.it**". L'integrazione on-off si è già arricchita di nuovi contenuti, come i video di **toBE Television**, e prosegue da oggi con una versione del testata trimestrale, sfogliabile online. Tutte le pagine pubblicitarie hanno un link attivo a una pagina scelta dal cliente. Il cartaceo sarà distribuito verticalmente ad alberghi, resort,



professionisti, etc e tornerà anche in distribuzione edicola, dagli aeroporti alle librerie-edicole.

IN COLLABORAZIONE CON GM COMMUNICATION DI MILANO

### Le spiagge d'Italia si trasformano con R101 e Škoda

**R101** torna nelle spiagge più frequentate dell'estate italiane con un calendario di esibizioni live, dj set, spettacoli e animazione. Per cinque weekend tra luglio e agosto alcune tra le più vivaci località di mare si trasformeranno in **Spiaggia 101 Škoda** un vero e proprio villaggio, con un palco e diverse aree attrezzate, che ospiterà tre giorni di eventi, giochi e disco music anni '70, '80 e '90 da ballare. Si comincia questo fine settimana a Marina di Camerota (SA), per poi proseguire il 19/21 luglio a Vasto (CH), il 26/28 a Rosignano (LI), il 2/4 agosto a Bellaria (RN) e il

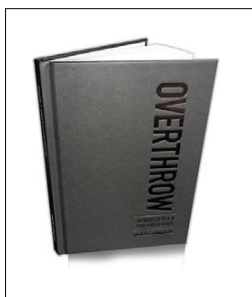
10/12 agosto a Lignano Pineta (UD). Ad ogni tappa, il venerdì sarà il giorno di Dr Feelx, con i suoi dj set esclusivi; il sabato e la domenica ci sarà il doppio appuntamento con Enrico Ruggeri e Luca Carboni, che si esibiranno dal vivo sul palco in piazza. Ogni giorno, inoltre, si alterneranno collegamenti radiofonici dai luoghi del tour con le voci di R101, tra cui Cristiano Militello, mattatore de 'La Carica di 101', il morning show di R101 in onda dal lunedì al venerdì dalle 7 alle 10. Title sponsor dell'evento è **Škoda**, che sarà protagonista del tour con un'area dedicata

all'interno del villaggio. In ogni tappa, ci sarà la possibilità di entrare in contatto con il mondo Škoda e conoscere meglio la Citigo, la nuova city car, che sarà a disposizione per un test drive insieme ad altri modelli come Fabia, Roomster e Yeti. L'attività sul territorio sarà inoltre impreziosita dalla presenza di **Vodafone**, che animerà le spiagge sulle note del celebre 'Tuca Tuca'. Non solo musica e divertimento, ma anche fashion con il marchio **Parah**, che presenterà una sfilata di moda con la nuova collezione di costumi da bagno per l'Estate 2012. All'interno

del villaggio commerciale saranno poi presenti alcuni corner dedicati ai partner dell'evento: **Averna** metterà a disposizione dei visitatori un angolo per la degustazione del nuovo Averna Cream e dei cocktail a base di Amaro Averna; **Eridania** sarà presente con il dolcificante naturale Truvia e **Santàl** rinfrescherà il pubblico con i suoi ottimi succhi di frutta. Partner tecnici dell'evento saranno **Lambretta**, **Capriolo Cicli** e **JK Fitness**. Spiaggia 101 Škoda è organizzato in collaborazione con **GM Communication di Milano**.

IL LIBRO IN COLLABORAZIONE CON EATBIGFISH

#### PHD PRESENTA 'OVERTHROW: 10 WAYS TO TELL A CHALLENGER STORY'



**Phd**, agenzia media del gruppo **Omnicom**, in collaborazione con **eatbigfish**, società di consulenza del brand strategist **Adam Morgan**, lanciano il libro 'Overthrow: 10 Ways to Tell a Challenger Story'. Il volume, presentato pochi giorni fa al **Cannes Lions Festival**, vuole essere uno strumento rivolto ai responsabili marketing e alle loro agenzie per sviluppare efficaci strategie di posizionamento del

brand. Il volume, infatti, supera la classica visione unidimensionale del marketing, proponendo 10 nuovi modelli di classificazione dei brand, tra cui ad esempio The Irreverent Maverick, The Visionary, The Missionary e il Game Changer. Queste nuove categorie offrono ai professionisti del marketing strategico delle nuove linee guida per delineare l'identità delle 'marche sfidanti', i brand che si affacciano

sul mercato con l'obiettivo di "sfidare" i leader di riferimento. Il libro contiene esempi e case history raccontate dai maggiori esperti del marketing internazionale, come ad esempio Paddy Power, One Laptop Per Child, Audi, Zappos e Airbnb. 'Overthrow: 10 Ways to Tell a Challenger Story' è disponibile esclusivamente online, su **Amazon**. Tutti i proventi saranno devoluti in beneficenza all'**Unicef**.