

## UN VIDEO CONTEST SUL WEB IN COLLABORAZIONE CON SIEMENS ITALIA Il Sole 24 Ore lancia l'operazione online Citytales

### LA PIANIFICAZIONE, MESSA A PUNTO DA OMD, COINVOLGE CARTA STAMPATA, RADIO E INTERNET

**Sole 24 Ore**, in collaborazione con **Siemens Italia**, offre la possibilità di raccontare la propria città attraverso l'iniziativa **Citytales**, un grande video contest online dedicato ai videomaker e a tutti i cittadini. Il progetto si basa su un piano integrato - messo a punto grazie al supporto di **Omd**, agenzia del gruppo **Omnicom Media Group** - che comprende la pianificazione su stampa, radio, web e un grande evento sul territorio a conclusione dell'attività. I partecipanti al concorso potranno liberare la propria creatività, realizzando un'opera che spazi tra i più diversi generi della narrazione audiovisiva per raccontare la città



in cui vivono, in termini di eccellenze in fatto di sostenibilità e di infrastrutture che la fanno funzionare: dall'illuminazione alla raccolta differenziata dei rifiuti, dalle costruzioni a basso

impatto ambientale alla riduzione dei livelli di inquinamento, dalle soluzioni per la riduzione del traffico all'utilizzo di energie alternative. I video, della durata massima di 5 minuti, dovranno essere caricati entro il 21 ottobre 2012 sul sito [www.ilsole24ore.com/citytales](http://www.ilsole24ore.com/citytales). Tra tutti i contributi che verranno inviati, una giuria di qualità composta da rappresentanti del Sole 24 Ore e di Siemens decreterà 5 vincitori: in palio per il 1° classificato un week end per due persone a Londra, alla scoperta delle eccellenze mondiali in tema di Smart Cities, mentre per gli altri video classificati sono previste quattro **Videocamera EyeCam SD 21 F**.

## PROGETTO CURATO DALL'AGENZIA KETTYDO, A FIANCO DEL BRAND DAL 2008 Barilla, la campagna "Notizie di Pasta" riscuote un buon successo

### L'INIZIATIVA MULTISOGGETTO VEICOLATA SU FACEBOOK RACCONTA L'ATTUALITÀ UTILIZZANDO IL MONDO DELLA PASTA

Continua su **Facebook** il successo di "Notizie di Pasta", la campagna **Barilla** che racconta l'attualità usando il mondo della pasta, i suoi formati e il suo linguaggio. Dagli Europei di calcio alle Olimpiadi, dal classico esodo estivo al grande caldo, le "Notizie di Pasta" sono per de-

finizione una campagna multisoggetto. Veloci, argute e divertenti, tre qualità che da sempre sui social network favoriscono la viralizzazione, le "Notizie di Pasta" rappresentano una nuova occasione di contatto quotidiano delle persone con la pasta e con il brand Barilla. E di-



ventano, a loro volta, un'inedita modalità di "consumo" - stavolta

digitale - della pasta, capace di strappare più di un sorriso, specie presso il target dei più giovani. Gli 8 soggetti pubblicati finora, infatti, hanno ottenuto un sensibile aumento delle interazioni. La campagna è curata da **Kettydo**, agenzia digitale che affianca Barilla dal 2008.

# Dieffe MEDIA

Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria
Ufficio Stampa	Editoria

Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti
Consulenza	Contenuti