

IL SOLE 24 ORE E SIEMENS ITALIA INSIEME PER IL VIDEO CONTEST ONLINE

## CITY TALES SFIDA I VIDEOMAKER A FARE UN RACCONTO SMART

Prevista la pianificazione su stampa, radio, web e un grande evento sul territorio a conclusione dell'attività

Il *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 aperto a tutti. **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 potranno liberare la propria creatività,

realizzando un'opera che spazia 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). In palio per il primo classificato un weekend per due persone a Londra.

LA CAMPAGNA 'IO AMO, IO ODI' SUI SOCIAL NETWORK

## AUDI ZENTRUM VARESE CON CONSEL PER LA NUOVA AUDI A3

In occasione della presentazione della nuova **Audi A3**, che durerà da oggi e per tutto il week end, **Audi Zentrum Varese**, concessionaria di riferimento per Varese e provincia, ha lanciato una campagna

pubblicitaria che sta riscuotendo molto successo soprattutto sui social network dove l'idea è partita e ha preso forma. Ideata dalla società **Consel** di Varese, la campagna, dal titolo 'io amo, io odio', è stata incen-

trata proprio sulle peculiarità, tutte personali, dei gusti. Per approdare a quel 'lo scelgo' che è la decisione migliore, e unica, per chi si affida ad Audi. "Siamo partiti da un punto fermo per ideare la campagna - spiega **Marcello Vitella** di Consel -: ossia avvicinare la concessionaria Audi Zentrum Varese a un pubblico trasversale. Perché la nuova Audi A3 è dedicata proprio a un segmento di clientela che non è solo quello amante della casa a quattro cerchi, ma è destinata a un pubblico molto più vasto.

Abbiamo proposto, soprattutto sui social network, di compilare una lista di cose positive - io amo -, e di cose negative - io odio -. Partendo da questa idea, tutte le declinazioni della campagna sono state realizzate dai gusti delle persone. Come dire: noi abbiamo gettato in mare le reti e gli utenti dei social network hanno pescato in fondo ai loro gusti per arricchire la campagna. Tra l'odio e l'amore, infine, c'è la scelta. La scelta migliore, che poi è quella di guidare un'autovettura targata Audi".



PARTNERSHIP IN ESCLUSIVA PER QUATTRO MERCATI EUROPEI

## INTIMISSIMI SI ALLEA CON TRADEDOUBLER

Dopo il lancio, a fine 2011, del proprio sito di e-commerce, adesso **Intimissimi** si affida al network di affiliazione di **Tradedoubler** per promuovere la propria offerta. La collaborazione ha l'obiettivo di incrementare le vendite online tramite una partnership in esclusiva per quattro principali mercati europei: Italia, Regno Unito, Austria e Germania. "Il valore del nostro network di affiliati per le

aziende del mondo fashion si sta dimostrando particolarmente elevato - ha commentato **Vittorio Lorenzoni**, market unit leader south di Tradedoubler -. Nel tempo abbiamo acquisito un know-how specifico che ci permette di garantire una consulenza strategica e un supporto continuativo a campagne di ogni livello e complessità. Confidiamo di poter aiutare Intimissimi a raggiungere tutti i

suoi obiettivi". "Siamo soddisfatti di come è iniziata questa partnership e ci piace la prospettiva che possa essere una collaborazione effettivamente vantaggiosa per tutti gli attori in causa: Intimissimi, Trade-

doubler e anche i molti affiliati, che con il loro impegno ci permetteranno di raggiungere sempre più consumatori" è la dichiarazione di **Matteo Molon**, responsabile e-commerce del **Gruppo Calzedonia**.

