



Siemens presenta EfficienCities: 6 città modello per lo sviluppo del Paese. Live tweet dell'evento con CityFactor.it

Milano, 14 novembre 2012 - Le nostre città sono pronte per diventare smart cities? A questa domanda ha cercato di rispondere la ricerca "EfficienCities, città-modello per lo sviluppo del Paese", realizzata da Cittalia per conto di Siemens Italia e presentata giovedì 8 novembre presso la sede milanese de Il Sole 24 Ore.

Lo studio "EfficienCities" fotografa lo "stato di salute" di 54 capoluoghi di provincia italiani muovendo da un ricco set di indicatori, tra i quali energia, mobilità, verde urbano e rifiuti. Trieste, Reggio-Emilia, Torino, Lecce, Padova e Cagliari sono le 6 città-modello individuate dal rapporto EfficienCities, comuni che più di altri si sono contraddistinti per politiche virtuose nell'ambito della sostenibilità urbana, tema su cui da sempre è forte l'impegno di Siemens Italia.

Forte il taglio multimediale dell'evento con lo streaming video offerto da Il Sole 24 Ore e la diretta twitter con hashtag #EfficienCities gestita e curata da CityFactor.it, la community green dedicata a Smart Cities e Sviluppo Sostenibile realizzata da OMD, agenzia del gruppo Omnicom Media Group, per Siemens SpA. Forte la partecipazione degli utenti : durante il convegno sono stati più di 200 i retweet e quasi 500 i tweet raccolti live dalla redazione di CityFactor.it, che ha reso possibile l'interazione tra il pubblico e i relatori presenti all'evento, tra cui Federico Golla (AD Siemens Italia), Paolo Testa (Direttore ricerche Cittalia), Domenico Laforenza (CNR) ed Enrico Pagliarini (giornalista de Il Sole 24 Ore).

La community green di CityFactor.it (20 mila visitatori, più di 7.600 fan su Facebook) ha registrato un +17% di nuovi follower anche su Twitter ed un incremento significativo del tasso di interazione complessivo.

Importante il contributo della diretta twitter nella riuscita complessiva dell'evento, a conferma del fatto che sia sempre più necessario integrare piani di comunicazione offline e online, approccio strategico da sempre promosso da OMD.

Durante l'evento si è svolta anche la premiazione del video vincitore di CityTales, il concorso online dedicato ai videomakers e a tutti i cittadini che hanno raccontato la propria città attraverso le eccellenze della sostenibilità. L'iniziativa nasce da una partnership messa a punto sempre da OMD per supportare Siemens nel suo impegno a diffondere la cultura della sostenibilità urbana e delle smart cities.

OMD Worldwide, www.omb.com, è una delle più grandi e innovative agenzie specializzate nel media marketing al mondo e conta tra i suoi clienti molte tra le aziende più famose e di successo a livello mondiale, con più di 140 uffici in 80 paesi e con due sedi in Italia a Milano e Roma. OMD è conosciuta per la sua portata globale, per una forte integrazione con il mondo digitale e per la sua creatività ed è stata premiata come l'agenzia media più creativa da The Gunn Report per sei anni consecutivi, un record senza precedenti. OMD è stata anche nominata agenzia dell'anno per il 2008, 2009 e 2011 da Adweek, agenzia dell'anno per il 2009 e il 2011 da Advertising Age ed è stata l'agenzia media

più premiata a Cannes nel 2011. E' una sigla del gruppo Omnicom Media Group Inc, il gruppo leader mondiale nella comunicazione pubblicitaria, corporate e consulenza di marketing.

Omnicom Media Group è la divisione media di Omnicom Group Inc. Le sue attività comprendono i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD Worldwide e PHD Network.

Omnicom Group Inc. (quotata al New York Stock Exchange: OMC) (www.omnicomgroup.com) è una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale. Il network della galassia Omnicom, che comprende numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione, realizza campagne pubblicitarie, pianificazioni media, direct marketing e promozioni, relazioni pubbliche ed altri tipi di comunicazione specialistica, per più di 5.000 clienti in oltre 100 nazioni nel mondo.