



## PHD è 'Global Agency of the Year 2012'

Milano, 25 Gennaio 2013 - PHD, agenzia media di Omnicom Media Group, è stata premiata dalla rivista Adweek: 'Global Agency of the Year 2012'.

Il riconoscimento arriva dopo un periodo particolarmente positivo per PHD che ha registrato il sesto anno consecutivo di crescita grazie all'assegnazione di budget di alto profilo, tra cui Sony, Bentley, Hyatt (digitale), ANZ e alla pianificazione della comunicazione globale Unilever.

L'assegnazione del budget Unilever ha visto PHD aggiudicarsi la pianificazione media della maggioranza (oltre il 90%) delle categorie merceologiche, dagli alimenti, alla cura personale, all'assistenza domiciliare, alle bevande, nonché gli acquisti in diversi mercati \* come Europa centrale, orientale e Asia, tra cui un mercato chiave come quello cinese.

Ulteriori e importanti assegnazioni sono state vinte negli USA con The Economist, Sleep Number e Swatch Group; in Europa con Bayer, Pernod Ricard, Experian, Bosch e Siemens BSH; in America Latina con 20<sup>th</sup> Century Fox e Applebee's e in Asia con Hotels.com, Ikea, Siemens e Esprit.

"Essere stati nominati Global Media Agency of the Year da Adweek – afferma Mike Cooper, Worldwide CEO di PHD - è un importante riconoscimento per i risultati conseguiti dal nostro network nel 2012. In PHD abbiamo team di persone di eccezionale talento ed è grazie a tutti loro che abbiamo acquisito importanti clienti, fatto un ottimo lavoro e continuato ad essere leader nel settore vincendo molti riconoscimenti. Siamo grati e vorrei ringraziare tutti i nostri clienti e partner per il loro sostegno nel corso degli ultimi dodici mesi".

Attrarre e mantenere talenti è sempre stato un punto di riferimento per PHD, anche nel 2012. Negli Stati Uniti l'agenzia ha rafforzato il proprio team attraverso la nomina di Monica Karo a CEO, dopo essere stata President of Integrated Account di Omnicom Media Group (OMG), e di Steve Williams a Presidente di PHD New York, precedentemente CEO di OMD UK. La loro nomina è coincisa con la promozione di Craig Atkinson a Chief Operating Officer di PHD, che ha mantenuto anche il ruolo di Chief Digital Officer di PHD USA.

Altre importanti nomine sono state quelle di Malcolm Devoy, proveniente da Arena Media e nominato International Strategy Director, e di Kel Hook, che si è unito come Head of Strategy and Communication Planning di PHD Cina, dopo essere stato negli ultimi cinque anni amministratore delegato di Wieden + Kennedy.

In Italia, ricordiamo la recente nomina di Vittorio Bucci a Managing Director dell'agenzia. Vittorio, con una solida esperienza in ambito digitale, si è occupato negli ultimi due anni dello startup e del consolidamento di OMG.biz, divisione OMG dedicata ai servizi di marketing digitale.

Bucci commenta: "La nomina conferma la bontà della scelta Omnicom di investire fortemente nel lancio di PHD Italia come seconda sigla media del gruppo. Siamo giovani ma stiamo crescendo in fretta e questo tipo di risultato incoraggia tutti noi ad accelerare ulteriormente, focalizzandoci su un'offerta innovativa, integrata, con tanta voglia di sperimentare".

Per Marco Girelli, CEO di Phd: “Siamo molto orgogliosi di questo riconoscimento internazionale. In Italia PHD ha iniziato l’anno con l’acquisizione del budget Coop, che speriamo sia solo il primo successo di un anno che si prospetta sicuramente molto impegnativo ma altrettanto stimolante”.

PHD ha anche investito nella pianificazione e nella strategia media creando un nuovo sistema operativo denominato 'Source', presentato al mercato dopo una fase di sviluppo di due anni. Il portale, lanciato ufficialmente online a gennaio di quest'anno, si basa sulla gamification per incoraggiare la partecipazione e la collaborazione in rete e consente una pianificazione globale integrata.

L'agenzia, nel 2012, ha vinto un significativo numero di premi, tra cui quattro Leoni d’Oro al Cannes Lions Festival risultando tra le agenzie più premiate dell’anno con 19 premi assegnati in più settori in più parti del mondo.

PHD ha inoltre continuato a investire sul concetto di leadership con il lancio del suo quarto libro, 'Overthrow: Ten Ways to Tell a Challenger Story', scritto in collaborazione con Adam Morgan di eatbigfish, e con un app con lo stesso nome, che consente ai professionisti del marketing di capire la loro personalità.

Il network è stato inoltre ampliato con una partnership strategica con il Sud Africa e con l’apertura di nuove sedi in Australia (Melbourne), in Svizzera e in Indonesia.

L’articolo Adweek si può trovare all’indirizzo: <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/agency-year-phd-146653>

## Note

\*PHD ha anche ottenuto la pianificazione media per Unilever in Cina, Hong Kong, Taiwan, Nuova Zelanda, Polonia, Estonia, Lettonia, Lituania, Repubblica Ceca, Ungheria, Slovacchia, Slovenia, Croazia e Bosnia-Erzegovina.

## PHD

Nata a Londra nel 1990 come la prima agenzia media specializzata nella funzione di planning nella sua accezione più ampia, PHD rappresenta oggi una realtà innovativa nel planning e buying di mezzi classici, digitali ed emergenti.

PHD è un network globale con più di 2.500 dipendenti in più di 60 paesi ed è basata sulla cultura del pensiero strategico, della creatività e dell’innovazione.

Alla fine del 2012, PHD ha raccolto 20 nomine come “Agenzia dell’anno”, compreso il riconoscimento di Adweek come “Global Media Agency of the Year” e continua a fornire servizi seguendo la filosofia di “Trovare un modo migliore” per i propri clienti.

Il network PHD è parte di Omnicom Media Group, una divisione di Omnicom Group Inc. (NYSE: OMC).

**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](http://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.