



Jane Reeve

WPP: JWT e RMG Connect verso l'integrazione con l'Hub of Innovation e Jane Reeve ceo

Dopo New York, l'Italia è la prima location al mondo in cui si implementa un progetto che fonde cultura creativa e digitale. Pietro Dotti lascerà la presidenza dell'agenzia a fine anno per una nuova attività

10

Bauli: oltre 10 mln per il Pandoro, raddoppiato il budget di Motta; in vista razionalizzazione dei partner

In partenza lo spot "Recita di Natale" ideato l'anno scorso da Saatchi e pianificato da FullSix. Dal 1° dicembre al via anche il planning da oltre 7 milioni di euro a cura di Phd del filmato Publicis per GranSoffice

6



Paolo Isolati dirige il marketing



Wired Italia propone internet per il Nobel per la pace del 2010

Un sito e una campagna saranno ideati da Ogilvy. Nasce un canale Youtube. Tra i supporter Shirin Ebadi, Umberto Veronesi e Giorgio Armani

9

4 Diffusioni
Ottobre in calo per i quotidiani. **il Giornale** a +15,1%, ok **Avvenire**

19 Digitale
Switch off in Lazio: calo di ascolti del 15,8%. Nuovo canale free di MTV



Tranquilli, controlliamo noi!

- ✓ Certificazione della pubblicità radiofonica 24 ore su 24, 365 giorni all'anno
- ✓ Report consultabili on line, in tempo reale e in totale autonomia
- ✓ Monitoraggio di 15 Reti Nazionali e 33 Radio Territoriali

AD CONTROL Srl info@adcontrol.it - www.adcontrol.it





Aziende Bauli: oltre 10 milioni per il Pandoro, raddoppiato l'investimento di Motta; in vista razionalizzazione dei partner media e creativi

Parte alla fine di novembre lo spot "Recita di Natale" ideato l'anno scorso da Saatchi & Saatchi e pianificato da Fullsix. Dal 1 dicembre al via anche il planning da oltre 7 milioni di euro a cura di Phd del filmato Publicis per GranSoffice



Un'immagine dello spot per il Pandoro Bauli

di Antonella Rocca

Natale per Bauli è un appuntamento importante non solo per il business dei prodotti da ricorrenza, ma perché è un momento di grande visibilità con ricadute positive sul valore complessivo del brand. «Per questo - spiega il direttore marketing Paolo Isolati - abbiamo pianificato una campagna ricca e articolata, con un consolidamento degli investimenti su Bauli e un

budget più che raddoppiato per la new entry Motta recentemente acquisita da Nestlé». Il 27 novembre partono le tv generaliste Rai e Mediaset seguite dal digitale terrestre e da Sky (Canali Discovery) fino al 23 dicembre. Lo spot "Recita di Natale" è lo stesso dell'anno scorso, ideato per il Pandoro da Saatchi & Saatchi e girato da Luca Lucini per The Family. «Saranno on air nei formati da 30 e 15" con un investimento che supera i 10 milioni di euro. In dicembre, il cen-

tro media Fullsix pianificherà anche i principali multisala con una versione da 45" dello spot. E, sempre il prossimo mese, saremo on air anche sui network radiofonici nazionali con il famoso jingle di Francesco Vitaloni "A Natale puoi". «Questo - prosegue Isolati - è anche il primo Natale che prevede la gestione del brand Motta da parte di Bauli. Non abbiamo potuto cambiare in corsa la strategia di comunicazione, ma dimostriamo quanto questo marchio abbia valore per noi più che raddoppiando gli investimenti dell'anno scorso e destinando a Motta un budget superiore ai 7 milioni. Alla luce di una serie di ricerche di mercato abbiamo valutato che il film di Publicis per GranSoffice avesse ancora una buona dose di gradimento». La pianificazione, in questo caso gestita da Phd, prevede reti Rai, Mediaset, digitale terrestre e Sky (Canali Discovery) dal primo dicembre. «Il gruppo - aggiunge Isolati - si

sta irrobustendo notevolmente in termini di marche. Oltre a Bauli e Motta, abbiamo anche Doria. Per questo, sono in corso valutazioni serie e approfondite che dovrebbero sfociare durante l'anno prossimo in una migliore razionalizzazione dei nostri partner creativo e media. In termini di business, da un sostanziale bilanciamento tra i prodotti da ricorrenza e quelli continuativi (es. Croissanteria Bauli), con l'acquisizione di Motta, siamo passati a una prevalenza del prodotto da ricorrenza che pesa ormai per i due terzi sul fatturato». Infine, Bauli ha avviato in occasione delle feste un'operazione di visibilità del brand Motta nella città di Milano con attività collaterali come la realizzazione di due jumbo tram decorati internamente ed esternamente. Distribuiremo, inoltre, per le vie del centro grandi shopper che riproducono la forma del panettone. Personalizzeremo gli ascensori di due Mondadori Multicenter.

