



ALL'INTERNO

Pag. 2

Donna moderna e Chicco presentano l'indagine 'Il piacere di crescere insieme'

Pag. 3

Media World festeggia i 30 anni con Cayenne

Pag. 8

Armando Testa: spot e contest per il Motor Show 2009

Pag. 12

Republic e Ferrero soddisfano 'la piccola fame'

Pag. 15

In edicola da oggi Più Salute Magazine, di Edizioni Mimosa

APERTURA AL MERCATO ELETTRICO E DEL GAS NATURALE

Nasce ERG Power&Gas e va on air su radio, stampa e web

Il gruppo comunica la nuova offerta per il target business. Creatività sviluppata con PlanB, pianificazione interna

[di Claudia Cassino] Il gruppo ERG lancia la prima campagna di comunicazione dedicata alla consociata ERG Power&Gas, con cui l'azienda entra nel mercato elettrico e del gas naturale. Il messaggio fa leva sulla storia del gruppo, sintetizzata dal claim 'Una solida realtà che, da più di settant'anni... ha energia da vendere!'. ERG Power&Gas ha scelto di comunicare diffusamente la propria offerta facendo leva su una campagna pubblicitaria



che interessa i mezzi di comunicazione maggiormente segmentabili - spiega a Pubblicità Italia Today Davide Campailla, responsabile marketing di ERG Power & Gas -. Il primo flight prevede campagna stampa, radio e web rafforzata da iniziative di direct marketing estremamente mirate. Abbiamo preferito essere indipendenti, agendo direttamente e senza ricorrere ad alcun centro media, optando per una creatività rivolta esplicitamente al target business". [SEGUE A PAG. 6]

ALLEGATO

Next

NUOVO INCARICO WORLDWIDE, A ECCEZIONE DELL'ASIA

Kellogg's affida tutta la creatività a Leo Burnett

Il gruppo Kellogg's ha deciso di consolidare il budget creativo globale nelle mani di Leo Burnett. La decisione, presa dall'headquarter statunitense, riguarderebbe tutti i mercati a eccezione di quelli asiatici. E' quanto riporta la stampa di settore internazionale, sottolineando l'importante perdita per JWT Worldwide. A tutt'oggi, infatti, l'incarico è diviso principalmente tra JWT e Leo Burnett. In Italia, la prima sigla segue le linee Coco Pops, Miel Pops, All Bran, Nice Morning, Tresor, mentre la seconda è al lavoro su Special K, Corn Flakes, Optivita e Extra. Il centro media per tutti i marchi è Carat. (C.C.)

BUDGET DI 500.000 EURO PER LA CAMPAGNA

Cheil firma il lancio di Samsung Serie X.

[A PAG. 9]

IAB FORUM 2009

Masi: web sottovalutato, le 'colpe' delle agenzie

[PAGG. 16 E 17]



Il tuo mondo in tempo reale.

- Cosa dicono di te.
- Cosa dicono dei tuoi competitors.
- Cosa dicono nel tuo mondo.

La tua rassegna stampa ogni giorno.

- Su internet.
- Sulla e mail.
- Sul palmare.
- Sulla tua intranet.

 **mimesi**

A company of  Reed Business Information

www.mimesi.com - MIMESI Milano, viale G. Richard 1/a - 20143 Milano, Tel 02 81830683 - Fax 02 81830405



[Aziende] ERG Power&Gas lancia l'offerta per il target business con una comunicazione a 360°

[SEGUE DALLA PRIMA] La campagna di comunicazione di **ERG Power&Gas** non è che l'ultima tappa di un percorso iniziato più di un anno fa. "L'attività di marketing - prosegue **Davide Campailla**, responsabile marketing - è stata sviluppata seguendo il classico percorso ideale previsto per una start-up. Fase iniziale dedicata al product marketing, studio del mercato di riferimento e definizione dei prodotti, seguita dalla fase dedicata alle attività di trade marketing, in particolare alla costruzione della rete di vendita. Per passare infine all'ultima fase. La prima campagna di comunicazione, on air proprio in questi giorni." La creatività è stata sviluppata con la collaborazione dell'agenzia Plan b. "Dal punto di vista della creatività - precisa Campailla -, abbiamo voluto evitare le cosiddette campagne everybrand. Volevamo qualcosa che andasse bene esclusivamente per la realtà ERG. Abbiamo quindi pensato a un lancio basato sull'effetto novità, con una particolarità: il richiamo esplicito alle referenze storiche del gruppo. Il mercato elettrico accoglie, infatti, con scetticismo i marchi nuovi. Si è quindi voluto sottolineare l'importanza costituita dall'ingresso in un mercato nuovo da parte di un marchio illustre e storico del panorama energetico italiano. Da qui il gioco di parole ad effetto del

claim: 'La novità nell'energia. Da 70 anni'. La grafica, realizzata con Plan b, è stata sviluppata cercando di rappresentare graficamente lo stesso claim. Coerenza fortemente ricercata in tutto il materiale di comunicazione". Dal punto di vista grafico, per identificare il target business si è pensato a un contesto lavorativo attuale, rappresentato dall'immagine di un ufficio moderno, illuminato da un cono di luce. Sullo sfondo, un contesto carico di ele-

menti storici che rappresentano la storia della società, in particolare il primo marchio con cui ERG si presentò sul mercato. "Una coerenza - conclude il responsabile marketing di ERG Power&Gas - ricercata anche nei contenuti del materiale BTL e del sito dove compaiono le immagini storiche del gruppo, la storia e l'evoluzione del marchio ERG, che costituisce il fortissimo elemento di continuità di tutta la nostra comunicazione". (C.C.)

[Campagne] *Media World* festeggia 30 anni con Cayenne

E' on air dal 5 novembre la campagna multicanale ideata da **Cayenne** per festeggiare i 30 anni del megastore dell'elettronica. La creatività, sviluppata dall'agenzia milanese guidata da **Peter Grosser**, enfatizza il messaggio della campagna partita lo scorso ottobre che ha dato il via ai festeggiamenti. Attraverso un concept dinamico e iper tecnologico, vengono presentati una serie di prodotti che potranno essere acquistati, dal 5 al 29 novembre, a tasso zero. E' il secondo appuntamento con l'operazione 'tasso zero', con cui **Media World** vuole fare un regalo ai propri clienti per festeggiare con loro l'importante traguardo dei 30 anni sul mercato europeo; e lo comunica in un'ottica di integrazione, attraverso una campagna multicanale che prevede la pianificazione su diversi mezzi. La creatività è infatti declinata su Tv con spot da 10", radio, stampa, web e volantino door to door. La campagna si sviluppa nell'arco di circa dieci giorni, da oggi al 14 novembre, pianificata su Tv Mediaset e La7, radio nazionali e locali, stampa nazionale e locale e i principali portali on-line. La produzione è affidata a **Guicar**, mentre la pianificazione è a cura del reparto interno.



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

AD CONTROL