

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXII n°055

lunedì 26 marzo 2012

p. 19

WE'VE REACHED AN ALL-TIME HIGH.

We put brands where the growth is. Bloomberg.com reached a record high of 13.8 million unique global visitors—a 107% year-over-year increase.

Redefining Business Media

Bloomberg.COM

Source: comScore Media Metrix March 2011 © 2011 Bloomberg L.P. All rights reserved.

Learn more >> mediaandtrade.com

Dopo un intenso autunno con presenza su stampa e web, la nuova Cesare Ragazzi Laboratories - l'azienda recentemente acquisita dalla società di investimento ADVICORP Plc. Che ha messo a punto di un importante piano di rebranding e riposizionamento - torna in tv con uno spot firmato Dolci Advertising, che si unisce così agli altri partner della comunicazione scelti dalla nuova gestione per il rilancio del brand: BrandPie, per le strategie di posizionamento, Image Building per le media relation (ha firmato anche creatività e planning dell'adv stampa del 2011), Layoutweb per le attività digitali, Natalini & Partners per la riorganizzazione e lo sviluppo dei centri in franchising. Dolci Advertising, in particolare, è stata scelta in seguito a una consultazione per occuparsi della creatività televisiva del

Adv La nuova Cesare Ragazzi Laboratories sceglie Dolci Advertising per il ritorno in tv

L'agenzia, incaricata in seguito a una consultazione, firma lo spot di 30" realizzato dalla cdp AkitOff



CLICCA SUL FRAME PER VEDERE LO SPOT

marchio. Lo spot tv di 30", pensato per comunicare i principali valori dell'azienda e dei suoi prodotti, propone una sequenza di suggestive immagini di donne e uomini che, grazie al metodo CNC, posso-

no riconquistare la serenità nell'attività sportiva, in una carezza dei capelli, e in una corsa al vento immerersi nella natura. Parallelamente alle immagini emozionali del video, Dolci Advertising non tra-

scura di trasferire allo spettatore la forte valenza medico scientifica della soluzione CNC, sintetizzando tutti i messaggi nel forte claim "I capelli ti trasformano la vita". La nuova campagna, destinata in questa prima fase alle emittenti locali con pianificazione a cura dei centri, sarà declinata anche in materiali BTL per la comunicazione nei centri. Il lavoro è stato curato dal gruppo creativo di Dolci Advertising sotto la guida di Barbara Guenzati, con la firma copy di Paola Napolitani, gli art Pietro Nalin e Carolina Ramirez, e con Luca Cittadini account sul progetto. Il film è stato realizzato dalla casa di produzione AkitOff.

Editoria Carta e web per il sistema editoriale di Insurance Connect. La direzione a M. R. Alaggio

Maria Rosa Alaggio firma il suo primo numero di Insurance Magazine, iniziativa editoriale periodica dedicata ai temi dell'assicurazione, in edicola oggi in allegato a Il Sole 24 Ore. La testata, edita da Insurance Connect, si propone di coniugare l'esperienza decennale maturata da Alaggio nel settore assicurativo e le nuove potenzialità multicanali offerte dalle tecnologie. "Nel pensare la rivista - commenta Alaggio - abbiamo inteso porre al centro l'utente, che ha sempre più necessità di orientarsi nel mondo delle polizze assicurative. Per questo vogliamo essere l'ideale trait d'union tra le imprese, gli in-

termediari e il pubblico finale. Insurance Magazine ha l'obiettivo di diventare un autorevole punto di riferimento e di divulgazione in ambito assicurativo". La rivista ha periodicità bimestrale e prevede tre uscite abbinata al quotidiano di Confindustria (a marzo, luglio e novembre), e due numeri, quelli di maggio e settembre, saranno postalizzati in 20 mila copie. "L'obiettivo per il 2013 - ammette il direttore - è di farla diventare mensile". Ma non è tutto. "Al magazine periodico affianchiamo un nuovo e inedito strumento di informazione professionale approfondita ed esclusiva indirizzato a tutto

il settore assicurativo: Insurance Daily, un quotidiano di 4 pagine, in formato pdf, con un articolato palinsesto di rubriche periodiche, esperti del settore, inserti settimanali, studi, ricerche, approfondimenti, news, novità del mercato, indiscrezioni e anticipazioni, spedito in abbonamento via email dal lunedì al venerdì, consultabile direttamente online oppure stampabile per una più comoda lettura in formato cartaceo". Infine il sistema editoriale si completa con Insurance Trade, piattaforma online indirizzata a tutta la community assicurativa italiana. La raccolta è affidata a Insurance Connect.

Dieffe
MEDIA

Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa

Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria

Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza

Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti