

McCann Worldgroup Italia si è aggiudicata la gara per lo sviluppo strategico e creativo della campagna pubblicitaria del Gruppo BCC Iccrea, McCann si occuperà della gestione della campagna che racconterà l'evoluzione delle BCC appartenenti al Gruppo verso un nuovo posizionamento come rete di banche capaci di coniugare forti legami con il territorio, con i vantaggi del poter agire insieme nell'individuare strategie e soluzioni di business innovative a sostegno dei propri clienti, famiglie ed eccellenze imprenditoriali del made in Italy.

Ecopneus, la società senza scopo di lucro principale operatore della raccolta e del riciclo dei pneumatici fuori uso in Italia, ha affidato la propria comunicazione visiva all'agenzia Mosquito di Vincenzo Vigo, con il coordinamento di H+K Strategies Italy che da oltre 10 anni fornisce consulenza strategica e supporto a tutte le attività PR del Consorzio. L'incarico è arrivato dopo una consultazione tra diverse sigle e contempla, oltre alle attività di ATL, anche quelle BTL, il restyling del marchio e la creatività sui canali social.

TRESSE, realtà di prestigio nel panorama delle aziende produttrici di arredo bagno di lusso, ha affidato a Studio Roscio l'attività di Ufficio Stampa, Media Planning e Buying. Con l'obiettivo di aumentare la brand awareness di TRESSE in Italia e valorizzarne le specificità in termini di innovazione, affidabilità, qualità e design del prodotto rispetto al target architetti e consumer di alto profilo, l'Agenzia coinvolgerà attivamente la Stampa rivolta ai settori Arredamento, Architettura e Contract, in un percorso strategico di comunicazione on e off-line.

Dopo una consultazione che ha visto coinvolte diverse strutture, il team congiunto Grey e MediaCom si è aggiudicato la gara per il lancio di OlyBet.tv, la nuova piattaforma online partner ufficiale della Fiorentina Calcio, dedicata all'intrattenimento e all'approfondimento sportivo. Le agenzie Grey e MediaCom hanno curato rispettivamente la strategia di comunicazione, lo studio del posizionamento e la campagna creativa, e la strategia media che include TV, digital, community oltre allo sviluppo editoriale dei social e dei contenuti del sito.

MANGOPAY, uno dei principali fornitori europei di soluzioni di pagamento per marketplace e piattaforme di crowdfunding e fintech, ha affidato a UTOPIA le attività di media relations in Italia. UTOPIA dovrà sviluppare la brand awareness di MANGOPAY sul mercato italiano e posizionare l'azienda come punto di riferimento europeo tra le soluzioni di pagamento per marketplace e piattaforme, grazie alle funzionalità del suo ambiente di e-wallet che offre una flessibilità unica per dividere i pagamenti, utilizzare conti a garanzia e pagamenti a circuito chiuso.

Proscenic, azienda cinese di elettrodomestici smart, ha affidato ad Alessandro Maola Comunicazione la comunicazione per il lancio del suo prodotto Air Fryer T22 in Italia. Alessandro Maola Comunicazione è un'agenzia con sede a Roma, specializzata nella consulenza di comunicazione strategica, nell'ufficio stampa e nel web marketing, e ora si sta affermando anche nella realizzazione di app.

Yeppon si affida a Digital Angels per lo sviluppo di una strategia digital integrata volta a migliorare le performance. La collaborazione con Digital Angels punta a far aumentare la visibilità e le performance dell'e-commerce attraverso campagne multicanale. L'agenzia è stata scelta come partner per l'implementazione di un progetto della durata di un anno. Il piano prevede campagne always on su Google, Bing, Meta, Retargeting Dinamico e tramite Affiliation Marketing con l'obiettivo di massimizzare le revenue sul sito, attraverso l'incremento delle vendite per i clienti e l'acquisizione di nuovi utenti.

BSG S.r.l., centrale media indipendente si aggiudica la campagna di comunicazione media nazionale 2022 del Gruppo Bcc Iccrea. Il Gruppo Bancario ha premiato BSG per la proposta di campagna crossmedial e che, attraverso un piano media sviluppato in coerenza coi target indicati, prevede una pianificazione capillare su tutto il territorio nazionale su stampa (quotidiani nazionali e locali), TV, radio, affissione e digital per promuovere l'identità cooperativa delle Banche di Credito Cooperative, raggruppate in un nuovo grande Gruppo, unico nel panorama bancario per i valori di vicinanza e attenzione al territorio in cui operano.

Alfi sceglie Comunico come partner globale di comunicazione. La scelta di affidare a Comunico l'ideazione, lo sviluppo e la regia delle attività di comunicazione è motivata dal background dell'agenzia che a una conoscenza approfondita del food e delle sue dinamiche di comunicazione, unisce una altrettanto approfondita competenza relativa alle logiche commerciali e di business del mercato. Il lavoro di Comunico inizierà con una fase di assessment strategico, utile a definire al meglio il perimetro valoriale che l'azienda stessa dovrà interpretare attraverso le attività di comunicazione. Sarà a partire dal posizionamento che, successivamente, verranno definiti tutti gli step esecutivi del piano integrato.

Si rinnova anche per il 2022 la collaborazione all'insegna del digital fra Melismelis e CGT. L'azienda ha affidato a Melismelis la strategia e la gestione di tre nuove campagne digital per diverse aree di business di CGT. Melismelis ha firmato l'adattamento creativo e la pianificazione digitale per promuovere i gruppi elettrogeni Cat GC. Inoltre, Melismelis ha ideato e pianificato la nuova campagna digital dedicata a Komptech, il leader nella produzione di macchine per il trattamento dei rifiuti solidi e delle biomasse. Le campagne saranno pianificate su Social Ads, Search Ads, Programmatic Display e Native Ads.

Casta Diva Group comunica che la sua controllata Casta Diva Ideas s'è aggiudicata la gara indetta da ENEL per l'ideazione, la realizzazione e l'esecuzione di eventi e di iniziative promozionali. L'accordo quadro ha una durata di 12 mesi ed è rinnovabile per due volte, fino a una durata complessiva di 3 anni.

periskop, agenzia indipendente di Milano, ha ideato e realizzato il rebranding di C.A.M.P. periskop ha completamente rinnovato la Brand Identity di C.A.M.P., dotandola di un'identità visuale unica, univoca e distintiva (primo pilastro del brief) per trasmettere ad ogni mercato e ad ogni target tutti i valori e le qualità del Brand, trasversalmente, un'identità visuale che vestirà definitivamente (altro elemento fondamentale del brief) tutti i prodotti e le due divisioni su cui è strutturata l'azienda – Outdoor per l'alpinismo e la montagna, Work per la sicurezza sul lavoro – per raggiungere in maniera uniforme e convergente stakeholder, mercati e clienti (B2B e B2C) a tutto vantaggio della brand awareness.