

BUDGET IN MOVIMENTO

Un 2019 in crescita per Dentsu Aegis Network Italia che vince Wind Tre e Müller

Non è stata ancora ufficializzata, ma secondo rumors, Dentsu Aegis Network Italia, guidata dal ceo Paolo Stucchi, è stata confermata,

a seguito di un pitch internazionale (al quale hanno partecipato anche Publicis Media e Mediacom), alle attività di media planning e buying

di Wind Tre. Sembra anche che Carat, centro media che fa sempre parte di Dentsu Aegis Network, dopo aver vinto nella gara riguardante

il budget Vodafone, abbia vinto anche il pitch media indetto da Müller Italia, che produce yogurt e dessert a base di latte. Oltre a Carat, a quest'ultima consultazione hanno partecipato Phd (Omnicom), Mediacom, Havas Media e l'agenzia indipendente italiana Address.

SPONSORSHIP

Timvision main cultural partner di "Alice nella Città"

La piattaforma di streaming Timvision sarà main cultural partner di "Alice nella Città" sezione autonoma e parallela della "Festa del Cinema di Roma" dedicata alle giovani generazioni in programma dal 17 al 27 ottobre. Timvision sarà presente nella sessione "Panorama Italia" con il documentario "Bellissime" e il film "La volta buona", opere coprodotte rispettivamente con Fandango e Lotus. Molte le iniziative previste che accompagneranno il pub-

blico durante la manifestazione, e tra queste anche il premio Timvision, che consentirà alla pellicola vincente di essere disponibile in anteprima esclusiva sulla tv on demand di Tim. I 10 cortometraggi in concorso si potranno vedere in esclusiva su Timvision dal 24 ottobre al 3 novembre. Sempre su Timvision è prevista una striscia quotidiana in cui "Alice nella città" metterà a disposizione ogni giorno contenuti esclusivi con gli ospiti della manifestazione.



PRESS

Donna Moderna indaga sulla relazione tra le donne e i brand

Approfondire i bisogni, comprendere la relazione di fiducia instaurata con i brand, studiare nuovi comportamenti di consumo per comporre un quadro di valori ed esigenze dell'universo femminile. Questi sono gli obiettivi che si pone l'indagine lanciata da Donna Moderna, magazine del gruppo Mondadori in collaborazione con Centromarca. Il progetto prevede il coinvolgimento attivo dei lettori con l'adesione al concorso "Grande Marche, Love You", avviato contestualmente, che ingaggerà gli utenti con dinamiche partecipati-

ve declinate su molteplici media. L'iniziativa è online da oggi sul minisito creato per l'occasione e avrà una durata di 10 settimane. Promosso dal magazine e da una campagna digitale sul network Mediamond, il contest permette ogni settimana a 10 partecipanti di vincere forniture dei prodotti messi in palio dalle aziende associate a Centromarca che hanno aderito all'iniziativa. I risultati della ricerca saranno quindi illustrati durante un evento al Mondadori Multicenter in piazza Duomo a Milano e attraverso le pagine, i social e il web di Donna Moderna.

