

## Creatività & Marketing

PER L'AGENZIA PROSPETTIVE DI CRESCITA NEL 2015

# Cayenne chiude il 2014 con ricavo netto stabile a 5 milioni di euro

**C**ayenne chiude il bilancio 2014 con un ricavo netto pari a 5 milioni di euro, in linea con l'anno precedente, consolidando un risultato che dall'inizio della crisi del 2009 l'ha vista crescere del 27%. Le acquisizioni, nel corso dell'anno, di importanti brand quali Candy, Flexform, Hoover, IBS Libri e Porsche hanno compensato la parziale perdita di due budget storici, quali Edison e Shiseido, legata a decisioni internazionali. Sotto il profilo creativo il 2014 è stato un anno ricco di interessanti progetti realizzati per Bottega Verde, Cameo, Candy, Edison, Forst, IBS.it, Kiabi, Le Gruyère, MediaWorld, Mo-

neyfarm, Piscine Castiglione, Porsche, Prosciutto di Parma, Saturn, Shiseido, Skoda, Tim, Trussardi, We Bank. Lo scorso anno è stato caratterizzato anche da un altro evento rilevante per Cayenne: la cooptazione tra i soci dell'agenzia dei manager responsabili dei reparti più significativi: strategic planning, creative, digital, client service, graphic design, IT e media. Un modo per coinvolgere e motivare i migliori manager nel lungo periodo, una policy fondamentale per un'agenzia diventata indipendente 3 anni fa e coerente con lo spirito di Cayenne di fornire un servizio di alta e costante qualità. "Il 2014 è

stato un altro anno decisamente 'challenging' - spiega **Peter Michael Grosser**, presidente e amministratore delegato di Cayenne - e lo sarà anche quello in corso. La nostra indipendenza ci permette di affrontarlo con coraggio, anche assumendoci qualche rischio, con l'obiettivo di spingere su una ulteriore crescita. Dall'inizio dell'anno, infatti, abbiamo fortemente investito assumendo 1 digital business manager, 1 project manager, 1 nuova ed esperta



Stefano Tumiatti, Lapo Brogi e Peter Michael Grosser

coppia creativa, 2 grafici e 2 programmatori, convinti che in questo modo sfrutteremo al meglio le tante opportunità che si stanno presentando. Un investimento 'a rischio' che mai avrei potuto fare da manager di un network internazionale".

# Teads<sup>.tv</sup>

## L'OUTSTREAM ENTRA NEL CUORE DEL CONTENUTO EDITORIALE

[www.teads.tv/it](http://www.teads.tv/it)   
[sales-it@teads.tv](mailto:sales-it@teads.tv)   
 +39 02 4980114   
 teads\_italia

REINVENTING VIDEO ADVERTISING