AI RAGGI X

DRAFTFCB

I vostri consumatori non vi daranno che pochi secondi per decidere se quello che avete da dirgli gli interessa e per decidere se dedicarvi più …

LEGGI TUTTO

GLI SPECIALI DI Youmark

Digital

CLICCA QUI PER SFOGLIARLI E LEGGERLI

offerte di LAVORO E FORMAZIONE

INVIA LA TUA RICHIESTA

AGENDA
LINK
VIDEOSHARING
tutte le categorie
VIDEOPRESENTATI

[zoom]
da sx Stefano Tumiatti, Lapo Brogi, Giandomeico Puglisi, Peter Grosser

CAYENNE, UN 2010 A +8,5% E PREVISIONI IN CRESCITA

11/03/2011

Cayenne **comunica di aver chiuso il 2010 in crescita del +8,5%, che si aggiunge al +11% registrato nel 2009. Il fatturato ha toccato i 4,8 milioni di euro con uno staff di 60 persone, in linea con gli obiettivi prefissati di fatturato medio per addetto. Al risultato hanno contribuito varie discipline: advertising (36%), digital (28%), graphic design (18%), media (10%), direct (5%) e la neonata divisione di pr & events (3%) che operano in modo integrato.**
"Risultati che mi inorgogliscono", commenta in una nota **Peter Michael Grosser**, presidente e ad dell'agenzia, "in considerazione del fatto che, da quando è nata nel 2003, Cayenne è costantemente cresciuta e soprattutto nella direzione auspicata, cioè di un'agenzia creativa, innovativa ed integrata. Sappiamo fin d'ora che cresceremo anche nel 2011 e pertanto non siamo più tanto lontani dal nostro obiettivo ideale di 6 milioni di fatturato con uno staff di 75 persone, dimensione che riteniamo ideale per un'agenzia. Dopodiché non ci interesserà più crescere ma perseguire esclusivamente la qualità nel servizio e nel portfolio clienti, dedicando tanto tempo ed energie ai nostri clienti e pochissimo ad eventuali gare."

"Vogliamo raggiungere il nostro obiettivo grazie a una crescita graduale e costante", aggiunge **Lapo Brogi**, direttore generale, il che significa cementare la relazione con i nostri brand più fedeli, tra i quali mi piace ricordare Media World, Skoda Auto, Edison, Shiseido, Saturn, We Bank, Forst, Piscine Castiglione, ed aggiungere a questi almeno un importante brand ogni anno, come avvenuto nel 2010 con Sisal".

"La crescita della nostra realtà, non sarebbe stata possibile", sottolinea **Stefano Tumiatti** direttore creativo e strategico", senza una costante e attenta ricerca di strategie uniche, semplici e adatte a stimolare soluzioni creative realmente integrate. Il successo di Ga el Suv per Skoda è la più chiara testimonianza del nostro modo di lavorare."

"Le case history di successo dell' anno precedente", continua **Giandomenico Puglisi,** direttore creativo", ci servono come forte stimolo per crearne di nuove e sempre più integrate. Ormai la nostra crescita passa dallo stimolare e far lavorare veramente insieme professionalità differenti. Solo così renderemo la nostra vetrina più interessante."

GUARDA TUTTE LE NEWS

facebook

ADVI
Vertica

Giorno Settimana Mese

1 • Ecco il nuovo spot Tim. Ogni paese ha il suo Santo
2 • Gara Candy, Fumagalli risponde a Grosser: si è trattato di un malinteso
3 • Mulino Bianco e Armando Testa raccontano altre emozioni
4 • Enel, ecco la campagna corporate 2011 di Saatchi & Saatchi
5 • On air la campagna Axa Mps. Per BlowUpFilm 13 location e un team d'autore. Agenzia Catoni Associati
6 • Va a Zenithoptimedia Roma il lancio del parco divertimenti Rainbow Magic Land
7 • AXA Assicurazioni si riorganizza
8 • Fabio Bianchi direttore generale della sede romana di Leo Burnett
9 • LinkedIn Today per le notizie ai professionisti
10 • Lowe Pirella Fronzoni in onda con le nuove sigle calcio Tim

tutte le categorie