

Direttore Responsabile Vittorio Parazzoli **Redazione** Silvia Antonini - Gabriella Grillo - Alessandra La Rosa - Antonella Rocca - Andrea Salvadori (a poservizio) **Progetto grafico** - Ediforum srl: Michele Migliarini **Pubblicità** - Ediforum srl: ufficio traffico: traffico@newscomultimedia.it **Direttore Commerciale** Emilia Mancini

Aut. Trib. MI N.61290 - Diffusione digitale - NewsCo Multimedia Srl - Via Sardegna, 32, 20146 Milano Tel. 025398411 Fax 025398231 Publisher Gianni Quaranti. E-mail: Redazione: redazione@dailymedia.it Amministrazione: amministrazione@newsco.it Abbonamenti: cmaccioni@newsco.it NewsCo Multimedia srl è iscritta al R.O.C. con il n° 18866



Peter M. Grosser

Cayenne: dopo un 2011 con fatturato a +3,8%, c'è anche Tim nel new business 2012

L'agenzia guidata da Peter M. Grosser registra un aumento leggermente inferiore rispetto ai due anni precedenti ma realizza acquisizioni come Lamborghini Energy Drink

14

A Cannes quattro giurate molto combattive: «Fare team per difendere i lavori italiani»



Da sinistra, Raffaella Bertini, Isabella Harvie-Watt Clavarino, Filomena Rosato e Isabella Bernardi

Isabella Bernardi per i Film; Isabella Harvie-Watt Clavarino per il Media; Raffaella Bertini per Promo & Activation; e Filomena Rosato per le PR. Attesa per il rappresentante Direct

19

Radio, la replica di Ipsos; Conti: «Ingeneroso accusarci di azioni di disturbo, il timing di MediaCell è dovuto»

Il Media CT Director risponde a chi ha sollevato perplessità sulla tempistica di presentazione del nuovo strumento; intanto prosegue la ricerca di partner per una sperimentazione in Italia

2



7 Strategie RCS MG punta sul mercato cinese dell'infanzia con Sfera

8 Comunicazione Il digitale è sempre più mobile e social

25 Francia Mondadori: buon andamento diffusionale e di raccolta

TARGET AUTOMOTIVE? NOI LO CONOSCIAMO BENE.



AUTO
SCOUT 24

QUI TUTTO È AUTO.

Oltre 207 milioni di pagine viste, 4 milioni di utenti unici che navigano per 11 minuti.*

www.autoscout24.it



*Fonte: nielsen SiteCensus novembre 2011

AutoScout24 Italia S.r.l. Via Pordenone 8, 20132 Milano (Italy)

Head of Advertising Michele Mango, T. 02 21080829, F. 02 21080837 - mmango@autoscout24.com



Agenzie Cayenne archivia il 2011 con fatturato in crescita del 3,8% e prosegue il new business

L'agenzia registra un aumento leggermente inferiore rispetto ai due anni precedenti ma realizza nuove acquisizioni

Cayenne chiude il 2011 con una crescita pari al 3,8%, più lieve rispetto ai due anni precedenti che avevano registrato un +8,5% nel 2010 e un +11% nel 2009. Il fatturato raggiunge pertanto i 5 milioni di euro con uno staff che - in un'ottica di investimento su qualità e crescita - è passato da 60 a 66 persone, con un conseguente abbassamento della redditività pro capite. Al risultato hanno contribuito varie discipline: advertising (36%), digital (33%), graphic design (18%), media (10%), ufficio stampa (3%) che operano in modo totalmente integrato. «Crescere di questi tempi non è per nulla scontato - afferma Peter Michael Grosser, presidente e amministratore delegato di Cayenne - e quindi sono moderatamente soddisfatto sebbene le aspettative a inizio dello scorso anno erano decisamente superiori e il motivo per cui abbiamo fortemente investito nel personale, in netta controtendenza con il mercato. La crescita invece è stata più lieve del previsto e ciò ha ridotto gli utili. Resta il fatto che, da quando è nata nel 2003, Cayenne è co-



Da sinistra, Stefano Tumiatti, Lapo Brogi, Gandomenico Puglisi e Peter Grosser

stantemente cresciuta e soprattutto nella direzione auspicata, cioè di un'agenzia creativa, innovativa ed integrata». «La strategia di sviluppo dell'anno trascorso, è stata sviluppata su 3 assi: opportunità di qualità, crescita con i clienti già in partnership con Cayenne e - in tendenza con il mercato - lo sviluppo dei progetti digital - continua Lapo Brogi, direttore generale -. Abbiamo iniziato a lavorare per Tonino Lamborghini, in particolare

per Lamborghini Energy Drink. Abbiamo ampliato per questo marchio una piattaforma di comunicazione, svolgendo un lavoro di posizionamento in relazione al suo target di riferimento (brand signature: "Style never sleeps"). In termini di crescita con i clienti già partner di Cayenne, l'anno è stato caratterizzato da diversi progetti on e offline ma si è soprattutto concluso con la conquista della parte corporate e AtI di Edison. L'agenzia con-

solida così la sua relazione con uno dei challenger sul settore strategico dell'energia, garantendo a Edison un approccio globale e integrato sia sulle problematiche di marca che su quelle commerciali. Sull'area digital, Cayenne ha siglato un accordo di collaborazione anche con Tim: il progetto, molto importante, sarà fruibile ai consumatori in primavera. Il 2012, in cui si segnalano anche almeno altre 3 acquisizioni che verranno presto comunicate, sarà in continuità con quanto intrapreso sul 2011: web, qualità e garanzie di remunerazioni corrette». «La crescita della nostra realtà non sarebbe stata possibile senza una costante e attenta ricerca di strategie uniche, semplici e adatte a stimolare soluzioni creative realmente integrate - sottolinea Stefano Tumiatti, direttore creativo e strategico -. Il successo di "Ga el Suv" per Skoda è la più chiara testimonianza. Ma soprattutto oggi bisogna avere un rapporto consulenziale con il cliente, lavorare insieme a lui. Aspettare un brief e sviluppare una campagna oggi non è più sufficiente. Bisogna saper lavorare insieme ai propri clienti».



**Più di 16 milioni*
di pagine viste
al mese. FcInterNews.it,
il primo quotidiano online
completamente interista**

*Fonte: Google Analytics

