

SPOT and WEB

MEDIA COMMUNICATION MAGAZINE

VETRIOLO
VOCE E MUSICA CHE SECONDO IL SOGNO

Wonder Sound



il nuovo centro di produzione e post-produzione audio

VETRIOLO srl

Via Besana 11 20122 Milano T +39 02 54122316 F +39 02 54122317

www.vetriolo.com

Quotidiano di comunicazione e marketing, anno III, numero 24, giovedì 8 febbraio 2007, pag. 12

Remmert innova

Il Carnevale è il tema-fashion di questo periodo. E in periodo di trasformismo, Remmert ha deciso di innovare il proprio sito internet partendo dai contenuti.

Infatti, Remmert, che da anni affianca i protagonisti della moda italiana e internazionale, ha scelto l'innovazione per aggiornare il proprio sito internet. Media and More, infatti, che ha ideato e realizzato il sito, ha reinterpretato l'homepage, allineandola all'argomento-fashion sviluppato nella sezione news, interna al sito.

Sono i contenuti a guidare lo stile della homepage, seguendo il "parallelo di moda" che di volta in volta è oggetto di attenzione da parte dell'utente.

Attenta a cogliere in anticipo le intuizioni dei grandi couturiers, Remmert è altrettanto sensibile a tutte le forme di comunicazione per sfruttarne appieno le potenzialità e piegarle alle proprie esigenze.

Per questo spirito innovativo e per l'attenzione alle ultime tendenze, Remmert si è aggiudicata il prestigioso premio "Miglior sito Tessili Vari".

Processo alla comunicazione

Il Club del Marketing e della Comunicazione promuove (martedì 20 marzo, dalle 15.00 alle 21.30, presso l'Expo Plaza dell'Hotel Crowne Plaza - Milan Linate di San Donato Milanese) la "1a Convention Italiana di Marketing e Comunicazione", un evento che si pone l'obiettivo di fare il punto sullo stato attuale di due tra i principali cardini della cultura aziendale. Si tratta di un appuntamento significativo per tutti i professionisti del settore marketing-comunicazione, dagli ampi risvolti socio-economici.

L'esclusivo progetto, nato con l'intento di definire la situazione odierna del mondo della comunicazione d'impresa in Italia, vuole promuovere innanzitutto un'auto-critica dei professionisti del settore, nell'ottica del miglioramento e della crescita individuale e professionale. Punta poi a una sensibilizzazione dei manager e degli imprenditori italiani in relazione all'importanza della comunicazione e di una cultura aziendale "marketing oriented". Nel corso dell'evento verrà inoltre

ribadita l'importanza che il consumatore riveste per le aziende e per le agenzie, le quali devono impegnarsi al meglio nel rispondere alle sue esigenze in una logica di "human satisfaction".

Saranno infine sostenuti e diffusi, per la tutela dei consumatori e dell'ambiente, i valori di una comunicazione aziendale socio eco-compatibile e di un marketing etico. Vi prenderanno parte varie figure professionali, selezionate per l'alta competenza e per il prestigio di cui godono sul mercato: top manager, dirigenti di mass media e di case editrici, direttori di testate giornalistiche, affermati sociologi e psicologi, autorità politico-istituzionali, presidenti di associazione, docenti di università e istituti professionali.

L'evento sarà realizzato in collaborazione con importanti associazioni del comparto marketing-comunicazione: Mediawatch, Assorel, Adico, Popai, Acpi, Assirm, C.D.V.M., Club Comunicazione d'Impresa, Assovisual, Assodigitale, Assoconsulenza.

Radionostalgia su stampa

Radionostalgia è la frequenza che trasmette ogni giorno, 24 ore su 24, le canzoni mito degli ultimi 30 anni e brevi notiziari a cura del quotidiano *La Stampa*. La notevole crescita di ascolti del 2006 ha indotto la società ad am-

pliare le frequenze sul territorio italiano e ad uscire con una nuova campagna pubblicitaria, denominata *Emotions live tour*, pianificata in larga parte su *La Stampa* e *Specchio*.



pliare le frequenze sul territorio italiano e ad uscire con una nuova campagna pubblicitaria, denominata *Emotions live tour*, pianificata in larga parte su *La Stampa* e *Specchio*.

L'idea creativa ripropone la tipica ambientazione da concerto allo stadio, ma in una situazione "familiare e privata".

Infatti, all'interno dell'abitacolo della loro automobile, sei ragazzi rivivono le emozioni dei successi trasmessi da Radionostalgia e partecipano al concerto virtuale con gli accendini accesi, come fossero veramente allo stadio ad assistere a un concerto. Ideata e realizzata dall'agenzia Mark&Thing (agenzia fondata a Torino nel 1997 che, nell'arco dei dieci anni di attività, ha acquisito una particolare competenza nell'ambito della

comunicazione dei servizi, quali il turismo e l'immobiliare, e nel settore dell'editoria dei quotidiani), Federico Bollarino (direttore clienti), Mauro Calvone (direttore creativo) e Simone Bollarino (copy); coordinamento di Maurizio Ternavasio (La Stampa) ed Agostino Biamonti (Radio Nostalgia).

Eutronsec e Adobe insieme

L'italiana Eutronsec, che sviluppa e commercializza soluzioni e-business per la sicurezza informatica, ha stretto una partnership con Adobe che l'ha portata a diventare il primo Security Solution Partner italiano dell'azienda americana, leader nell'offerta di soluzioni per la creazione, gestione e distribuzione di informazioni digitali.

L'Adobe Security Solution Partner è un programma di partnership a cui possono partecipare fornitori di soluzioni e di servizi di sicurezza negli ambiti dell'Identity Management (IM), del Digital Rights Management (DRM), della Firma Digitale, del controllo delle informazioni e dei documenti. Tutte le soluzioni e i servizi proposti dai Security Partner sono compatibili con le famiglie di prodotti Adobe: Acrobat e Adobe LiveCycle.

"Non è la prima volta che Eutronsec conclude un accordo di partnership tecnologica con un'azienda estera di grosso calibro", ha affermato Ruggero Gissi, Amministratore Delegato di Eutronsec. "Abbiamo messo a disposizione di Adobe la competenza e l'affidabilità sviluppate nella nostra esperienza ventennale. Come sempre alla base delle soluzioni proposte ci sono le nostre chiavi, virtualmente inattaccabili, per la protezione di software, dati e credenziali".