

## CLUB DEL MARKETING Inaugurati i convegni "Comunicare è Moda". L'Italia al primo posto negli investimenti

**S**i è tenuto ieri a Milano il primo convegno del **Club del Marketing** e della comunicazione, dal titolo "Comunicare è Moda". Nell'ambito delle manifestazioni fieristiche **Intertext Milano** e **Ready To Show**. Moderati da **Danilo Arlenghi**, presidente nazionale del club, i relatori hanno trattato il tema della comunicazione nella moda da vari punti di vista. Tra gli altri, **Paolo Duranti**, managing director **Nielsen Media Research**, ha presenta-

to un'analisi degli investimenti pubblicitari del settore, evidenziando come questi appaiono nel primo semestre 2005 in lieve crescita: dato confortante "questo" considerando l'attuale scenario di crisi economica. In questo contesto l'Italia appare come il Paese europeo che investe di più rispetto a Francia, Gran Bretagna, Spagna e Germania. La stampa, periodica più che quotidiana, è il mezzo più utilizzato, seguita dalla tv in crescita soprattutto per la comunica-

zione dei concept store. Prevalgono campagne multimediali e pianificazioni continue nel tempo. I dati di Nielsen Media Research hanno contato 600 milioni di euro di investimenti complessivi per un totale di oltre 2.000 aziende attive nel settore. «I dati del primo semestre 2005 sono confortanti - ha affermato Duranti nel corso della presentazione -, con una crescita degli investimenti sicuramente sopra le aspettative dopo la crisi degli scorsi anni».

### A V

#### Il dolcificante Canderel on air da oggi sui periodici femminili. Firma Full Six

**Canderel**, il dolcificante buono come lo zucchero, lancia la nuova campagna stampa che sarà on-air a partire da domani con la firma di **FullSix**, sotto la direzione creativa di **Chiara Graziosi**. L'obiettivo della campagna è quello di presentare Canderel come il dolcificante a cui non si può resistere. Il suo

sapore davvero buono come lo zucchero, privo di quel retrogusto "metallico" che spesso caratterizza altri prodotti simili, lo renderà una "attrazione irrefrenabile". L'uso del dolcificante è inteso da Canderel come gesto di attenzione verso la propria forma fisica, ma con una moderna connotazione glamour. La campagna "Attrazione Irrefrenabile" è stata pianificata per i mesi di settembre, ottobre e novembre sui principali periodici femminili.



### CAMPAGNE

#### Saatchi con Telecom che espone Luna Rossa alla Notte Bianca di Roma

**Saatchi & Saatchi** firma per **Telecom Italia** una nuova comunicazione che promuove l'attività di **Luna Rossa** in occasione della **Notte Bianca** di Roma in programma domani. Per promuovere la passione e la pratica della vela, infatti, Telecom Italia porta a Piazza del Popolo "Luna Rossa", la mitica barca vincitrice della **Louis Vuitton Cup** nel 2000, che resterà esposta al pubblico fino al 25 settembre. La campagna stampa, ideata da **Francesco Gori** e **Riccardo**

**Gianangeli** vede Piazza del Popolo con occhi diversi, e trasforma l'obelisco al centro della piazza nell'albero di una nave che regge un maestoso spinnaker. Alla comunicazione stampa si uniscono dei radio comunicati, ideati da **Paola Morabito**, che ricordano gli annunci dati dalle capitanerie per comunicare importanti avvisi ai naviganti.



### ART DIRECTOR SENIOR

Agenzia di pubblicità in Varese con clienti nazionali e multinazionali cerca un art director senior con esperienza ATL e BTL in grado di gestire progetti in autonomia, seguendo e coordinando il lavoro degli art director junior. Richieste creatività, spirito innovativo, pensiero strategico e un discreto livello nella comprensione della lingua inglese.

Inviare curriculum a [matteo@bsk.it](mailto:matteo@bsk.it)

**BSK**

**Ediforum** GROUP

Il quotidiano **Daily Media** mette a disposizione degli operatori un servizio importante, destinato a raccogliere tutte le richieste di ricerca e offerta di lavoro.

UNO SPAZIO DEDICATO  
AL RECRUITMENT

Per informazioni:  
**Monica Minuti**  
Telefono 02.53598221  
e-mail: [mminuti@ediforum.it](mailto:mminuti@ediforum.it)