



Gruppo Barilla sceglie OMD come partner media mondiale a partire dal 2008; budget di 200 milioni

Si è conclusa a favore della centrale di cui sono ceo Isabella Rota e managing director Roberto Binaghi la gara indetta dall'azienda emiliana che, in Italia, dove lo spending è di 120 milioni, seguirà direttamente il buying con la struttura interna guidata da Alberto Coperchini; l'agenzia uscente è Mediaedge:cia

4

hi! Comunicazione è la nuova agenzia di Macef e promuove la sicurezza stradale con ACI, Mini e Pocket Coffee

La società guidata da Emilio Haimann e Max Brun è stata scelta per la campagna mondiale con cui il Salone della casa promuoverà la propria rinnovata edizione

16 e 17

Universal McCann diventa UM Italia nel segno del "Next Thing Now" e acquisisce Mitsubishi Electric

La centrale da sei mesi guidata da Gianfranco Piccolo presenta la sua nuova filosofia operativa, che la vedrà agire con una divisione per i mezzi classici e una di consulenza, e con una rete di consulenti di cui fanno già parte talenti come Giovanni Siri e Mauro Lupi



15

20 Stampa Oggi in edicola completamente rinnovato nella grafica e nei contenuti; Pino Belleri: «Ma senza perdere il valore storico della testata»



2 Advertising Nokia Nseries: al via da domenica il piano di comunicazione integrato per N81 e N95; adatta Grey

3 Eventi Promocard vola a Parigi: edizione 2007 degli International Freecard Awards

11 Automotive La Mini Clubman è on air su tutti i mezzi con D'A,L,V,BBDO

ebolaindustries.com:
ogni settimana i migliori virali da tutto il mondo.

EBOLA INDUSTRIES
www.ebolaindustries.com

Strategy

Creativity

Community

Seeding

Blogging



Mercato Universal McCann si riposiziona come UM Italia: e acquisisce il budget della Mitsubishi Electric

La centrale da 6 mesi guidata da Gianfranco Piccolo presenta la sua nuova filosofia operativa, che la vedrà agire con una divisione per i mezzi classici e una di consulenza, e con una rete di consulenti

di **Vittorio Parazzoli**

A distanza di 6 mesi dal suo insediamento come a. d. e presidente, Gianfranco Piccolo ha presentato ieri la nuova "veste" di Universal McCann Italia, l'agenzia media di McCann Worldgroup, che ha sede nel nuovo building di quest'ultimo a Milano, in via Valtellina, vicino all'Alcatraz dove, questa sera, si terrà anche una festa "pre-natalizia" organizzata da Momentum. Piccolo ha illustrato quella che, fin dal nome, che si chiamerà UM Italia, si connota come «un'organizzazione completamente nuova, proiettata al futuro e fortemente legata al talento delle persone che fanno parte dell'azienda». Del resto, ha spiegato sempre l'a. d., «Universal McCann, a livello internazionale, ha già da qualche mese sintetizzato il proprio posizionamento "Next Thing Now", che garantisce strategia e creatività su tutti i canali della comunicazione. Guardare oltre, pensare avanti, anticipare, innovare, essere curiosi: queste sono le nostre parole d'ordine su cui anche in Italia lanciamo un approccio e un'organizzazione con cui vogliamo anche far fronte al cambiamento di scenario che si delinea per le centrali con la possibile abolizione dei diritti di intermediazione e puntare ad entrare nella "top five" del comparto nel giro di 3 anni. Ma, soprattutto, la sfida è di diventare il primo e più importante partner per i clienti nella costruzione delle strategie di brand e di comunicazione. UM sta per Universal Media, perché è nell'indiscusso know-how media che pone le sue radici. Ma vuol dire anche Unconventional Media, perché pensiamo di essere pronti per studiare strategie e planning davvero sorprendenti e per questo innovativi ed efficaci». La nuova struttura di UM Italia sarà formata da due divisioni: UM Media e UM NonSoloMedia. La prima è dedicata ai clienti, a cui offrirà tutti i servizi di planning e buying. All'interno di UM Media, di cui ai primi di novembre sarà comunicato il nome del suo nuovo direttore, vivrà anche la struttura UnconventionalMedia, specializzata nel planning innovativo e creativo dei media classici e nella pianificazione dei mezzi nuovi e di tutti i possibili canali di comunicazione. La seconda avrà la mission di dare consulenza di comunicazione ai clienti. Si porrà quindi l'obiettivo di esser partner del cliente nella

costruzione del piano di comunicazione e nel disegnare la brand strategy, proponendosi quale pianificatore di tutti i canali di comunicazione appunto "non solo media". A dirigerla sarà Luca Galimberti, già nella centrale dal 2001 come research strategic director. Il nuovo modello organizzativo ha già fruttato l'acquisizione di un altro importante cliente oltre a Safilo - di cui DailyMedia ha già dato notizia il 12 ottobre - e, cioè, Mitsubishi Electric. Si tratta di un budget stimabile in oltre 7 milioni di euro di cui, in precedenza, si occupava Giovanni Modonutti e che ora, come ha sottolineato sempre Piccolo, ha visto il cliente sceglierci proprio per il modo "taylor made" con cui ci avviciniamo ai clienti. «Del resto - ha continuato l'a. d. - anche in prospettiva del forte cambiamento di generazione di remunerazioni che si prospetta per le centrali con l'eventuale abolizione dei d. n. - prospettiva che personalmente, per altro, non disapprovo del tutto proprio perché doterà il mercato di una totale trasparenza, anche se auspico che la normativa non entri in vigore prima almeno di due anni dalla sua eventuale approvazione per dare il giusto tempo ad agenzie e aziende di adeguarsi - è evidente che il recupero di un fee che ci permetta di operare in modo professionale non potrà che passare attraverso un ulteriore incremento del valore aggiunto dei nostri servizi che, per quanto ci riguarda, ci vedrà impegnati anche a diversificare il new business nei confronti di quei clienti che non vorranno avvalersi di un'unica centrale di riferimento». La nuova UM Italia insomma sarà più proiettata sul mercato, anche se le sinergie con le altre strutture di McCann Worldgroup saranno, se possibile, ancora più forti, come dimostra il fatto che uno dei più quotati consulenti della centrale sarà Milka Pogliani, presidente del Creative Council di McCann per Europa, Middle East&Africa. Ma Piccolo ha in mente di costruire una vera e propria rete di consulenti, che via via si allargherà, di cui avvalersi: interni, come il responsabile strategico Stefano Rallo, ed esterni, ma in modo esclusivo, come il docente di psicologia e ricercatore Giovanni Siri e il presidente della web factory Mauro Lupi. A proposito di internet, va detto anche che a breve, curato ovviamente da MRM, sarà online il nuovo sito della centrale, www.universalmccann.it. UM Italia, al di là degli obiettivi a medio termine, è già ora impegnata a scalare la classifica per amministrati che attualmente la vede intorno alla decima posizione nel ranking Recma: sta partecipando ad alcune importanti gare e, con la sede romana di McCann, ha già acquisito anche Inail e Apat. Farà inoltre da consulente no profit per l'Istituto San Raffaele.

SOLO SU
SKY
CANALE 414

MARCOPOLO
www.marcopolo.tv

Girate il mondo con noi
Vi portiamo dove non avete mai immaginato di andare!

SFTCOM
10 ANNI

eu-globe.com