



► 19 Aprile 2016

BRAND Guardini: debutta il co-marketing con Nestlé

Anche per questo 2016 Guardini mette a punto una strategia di comunicazione BTL che coinvolge grandi brand e importanti operazioni promozionali. E' al via l'operazione di co-marketing con Nestlé. L'azienda piemontese specializzata nella produzione di stampi da forno si unisce al colosso del mercato dell'alimentazione e del beverage per una promozione che coinvolge, per il mese di aprile, i punti vendita della catena Pam Panorama di tutta



Italia. Acquistando, infatti un articolo Guardini con etichetta e ricettario dedicato all'operazione, i clienti potranno ricevere un buono sconto di 0,50 euro sull'acquisto di un prodotto della linea "Il Latte condensato" Nestlé.

Direttore Responsabile: Vittorio Parzelli
Redazione: Silvia Antonini - Elisabetta Ortolano - Antonella Rocca
Progetto grafico: Platinum SpA - Michele Minguzzi - **Impaginazione:** Nidia Mognoli - **Pubblicità:** Edizioni SP - **Uffici:** **Traffico:** Monica - **tráfico@newsonlineitalia.it**
Direttore Commerciale: Emilia Mancini

via IV Novembre 142/150 - 00187 Roma - Tel. 06/47811111
fax 06/47811112 - e-mail: info@dailymedia.it
PUBBLICITÀ: 06/47811113 - e-mail: info@dailymedia.it
DISTRIBUZIONE: 06/47811114 - e-mail: info@dailymedia.it

19 P.A.1 Istat assegna ad Almayviva Contac e Mediativa incarichi per oltre 3,5 mln

19 P.A.2 Inail, in palio 8,8 mln di euro in 4 anni per web publishing e media relation

26 Campagne Momondo fa il suo approdo in televisione con planning di OMD Roma



Luca Cavalli

Zenith vince la gara Nomad Foods Europe e in Italia gestirà il budget Findus da oltre 32 milioni di euro

Dopo quello che ha portato alla scelta di Grey come nuovo partner globale, si è concluso il pitch per il planning del brand, di cui, in Italia, si occuperà la centrale guidata da Luca Cavalli

35

Curaden Healthcare con Gruppo Havas per la comunicazione di Curasept Daycare

Havas Worldwide Milan e Havas Media seguiranno rispettivamente la parte creativa e la pianificazione

17



6 ADVERTISING WEEK EUROPE

Martin Sorrell: «Investire sulle aree chiave per superare le difficoltà»

Il Gruppo ERG affida a Meloria la creatività per il nuovo posizionamento e la campagna pubblicitaria corporate dopo una gara

28



Poligrafici Editoriale: lancia questo sabato "Il Piacere della Lettura" con 350.000 copie; e avvia le celebrazioni per i 60 anni de Il Giorno

12

Cayenne archivia il 2015 con ricavi a quota 5,5 milioni, in aumento del 4% anno su anno

Alla fine del primo trimestre 2016 il fatturato tendenziale dell'agenzia è in incremento del 5%

6

trilud

NanoPress

MYLUXURY

allaguida

BUTTALAPASTA

POURfemme

DESIGNMAG

STYLOSOPHY

TECNOZOOM

TECNOCINO

TantaSalute

QNM

ecoo

Televisionando