



CREATIVITÀ E MARKETING

pag. 3

Sodalis Group su digital e social per promuovere con l'agenzia InTesta i benefici per la pelle della gamma BioNike Defence Sun



Continua il sodalizio tra InTesta, agenzie del gruppo Armando Testa, e Sodalis Group, player italiano nel mercato beauty e personal care. Al centro della nuova campagna digital educational, online dal 24 giugno, BioNike Defence Sun, la protezione solare formulata per difendere la pelle dai danni a breve e lungo termine. Obiettivo della campagna mostrare direttamente sulla pelle gli effetti di una scorretta esposizione al sole, utilizzando un linguaggio e un'estetica che strizzano l'occhio al mondo del social. I rischi per la pelle sono infatti resi visibili da una serie di filtri creati ad hoc.

MEDIA E MULTIMEDIA

pag. 9

Euro Media Group acquisisce Infront Centro Produzione



Tra i principali fornitori europei di strutture e servizi di trasmissione per la realizzazione di eventi sportivi e di intrattenimento, Euro Media Group acquisisce Infront Centro Produzione, polo milanese di studi tv, che diventerà "3zero2 Studios". Cinque studi per una superficie totale di oltre 6000 mq, dotati delle più sofisticate tecnologie, in cui sono stati realizzati alcuni importanti show di sport e intrattenimento.

DIGITAL

pag. 16

Triboo amplia l'offerta e inaugura la divisione T-Talent



Triboo ha deciso di ampliare la propria offerta di servizi legati al mondo dell'influencer marketing attraverso il rafforzamento della nuova business unit T-Talent. L'offerta in termini di coinvolgimento di pagine e volti noti sui social media viene inserita nelle logiche a performance ed e-commerce tipiche dei progetti di Triboo, potendo inoltre beneficiare delle sinergie con le diverse testate giornalistiche editate dal gruppo.

AZIENDE E MERCATI

pag. 17

Resideo sceglie Connexia



Resideo affida a Connexia le attività di comunicazione e media relation per il lancio del brand in Italia. Connexia sarà al fianco di Resideo, guidata in Italia da Alessia Cartabia, South Marketing Manager, per tutta la consulenza di comunicazione.

AZIENDE E MERCATI

pag. 18

"Pasta dei Consumatori" in gdo



Grano duro da agricoltura sostenibile italiana, trafilatura in bronzo, essiccazione lenta, giusta remunerazione dei produttori. Ecco le principali caratteristiche di "Pasta dei Consumatori" che arriverà il 25 giugno sugli scaffali di Carrefour Italia.

PUBBLICOM NOW!

TUTTE LE MATTINE.
OVUNQUE TU SIA.

Per info su **PROMOZIONI** e **ABBONAMENTI**

scrivi a: registrazione@pubblicomnow-online.it
oppure chiama il numero: **379.1450026**



AGENZIE

Triboo inaugura la divisione T-Talent dedicata a IM e talent management



Triboo amplia la propria offerta di servizi legati al mondo dell'influencer marketing attraverso il rafforzamento della nuova business unit T-Talent. L'offerta in termini di coinvolgimento di pagine e volti noti sui social media viene inserita nelle logiche a performance ed e-commerce tipiche dei progetti di Triboo, potendo inoltre beneficiare delle sinergie con le diverse

testate giornalistiche editate dal gruppo. Le attività volte all'acquisto, alla raccolta di lead, alla generazione di traffico e all'incremento dell'awareness su prodotti o iniziative legate ai brand vengono quindi rafforzate dalla possibilità di utilizzare l'ulteriore leva dell'influencer activation, selezionati sulla base della loro credibilità, qualità editoriale e coerenza all'in-

terno di ogni progetto di comunicazione promosso. Tra le aziende che si sono affidate al nuovo servizio anche E.ON, uno dei principali operatori energetici in Italia, impegnato nella vendita di soluzioni energetiche efficienti, green e innovative, per la gestione social e la promozione di due delle sue iniziative dedicate all'ambiente tramite l'influencer marketing. Elemento caratteristico dell'attività è stata soprattutto la presenza di GIF animate, sticker e filtri Instagram personalizzati ad hoc.

APP

Anche in Italia l'app di CBS News, notizie in live streaming h24

Debutta anche in Italia l'app di CBS News, servizio di notizie in live streaming 24 ore su 24, 7 giorni su 7. L'app, già disponibile negli Stati Uniti, garantisce al pubblico un accesso ancora più ampio alle notizie internazionali e statunitensi of-

frendo un'informazione super partes su tematiche di interesse collettivo come la pandemia da Covid-19 e le questioni climatiche. Particolare attenzione, inoltre, è destinata all'informazione politica che, nei prossimi mesi, avrà come focus le

elezioni presidenziali americane. Non solo informazione: attraverso questa è possibile accedere alla programmazione principale della CBSN che include documentari CBSN Originals, il tv show "Red&Blue" incentrato sulla politica e la

serie "Climate Watch". Oltre che in Italia, l'app è ora disponibile anche in altri 88 Paesi tra cui Regno Unito, Argentina, Brasile, Corea del Sud e Messico. Il lancio dell'app si inserisce nella scia positiva di CBSN che ha avuto in marzo il miglior mese di sempre con oltre 100 milioni di streaming.

