



DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA E DELLA COMUNICAZIONE CHE COMPRENDERÀ I MEZZI TV, RADIO E DIGITAL

## Sara Assicurazioni, in corso una gara creativa. Budget 2017 di 6 mln



Sarebbero coinvolte 5 agenzie tra cui l'incumbent J. Walter Thompson che segue il cliente dal 2013 con la sede romana

[pagina 2]

TRA I FORMAT IN PARTENZA WARM UP PER PORSCHE SU DMAX E GUERRILLA GARDENERS SU LA5

## Prodotto, fattori di videoevoluzione cresce a due cifre ed 'educa' il mercato

Intervista al fondatore della società Riccardo Pasini: "Ancora tanta strada da fare affinché il branded entertainment diventi un produttivo modus operandi win win"

[pagina 9]

..... ALL'INTERNO .....

AUGE E IKEA SORPRENDONO ANCHE IN PRIMAVERA CON IL NUOVO SPOT TV  
pag. 12

RAI: APPROVATO IL BILANCIO 2016, LUCA MILANO DIRETTORE RAI RAGAZZI  
pag. 13

CISCO, ENEL, GOOGLE, MICROSOFT E UNILEVER AL #SMDAYIT  
pag. 17

AGENZIE

### Now Available Africa 'punta' a Costa d'Avorio e Nigeria

Bilancio in utile per la controllata di The Big Now in Ghana. Entro l'anno due nuove sedi

[pag. 3]

AZIENDE

### La Zòca: il 10% del fatturato in comunicazione

La realtà modenese che produce e commercializza tigelle punta su pr, social, radio ed eventi, con Ideas4U

[pag. 6]

TODAY DIGITAL da pagina 17 

HANDMADE,  
HEADMADE,  
HEARTMADE.

*Merlo* spa

LIVE COMMUNICATION



www.merlospa.com





## Creatività & Marketing

TRA I FORMAT IN PARTENZA 'WARM-UP' PER PORSCHE SU DMAX E 'GUERRILLA GARDENERS' SU LA5

# Prodotto, fattori di videoevoluzione cresce a due cifre ed 'educa' il mercato

**Intervista al fondatore della società di branded entertainment Riccardo Pasini: "Ancora tanta strada da fare per disegnare un produttivo modus operandi win win"**

di Valeria Zonca

Inizio d'anno positivo per **Prodotto, fattori di videoevoluzione**, la società specializzata nel branded entertainment fondata da **Riccardo Pasini**, pioniere del comparto. In particolare "aprile è un mese di riconferme: da *Il pranzo della domenica* per Canale 5 (partito lo scorso 9 aprile) al docu-game *Adesso il Capo sono io!* per La5, al via da martedì 4 aprile con sei appuntamenti in seconda serata. A fine mese poi (il 30) sarà la volta della terza edizione di *Warm-Up* per **Porsche** su DMax - spiega Pasini a *Today Pubblica Italia* -. Posso anticipare, inoltre, che dopo il successo della puntata premiere, a maggio partirà la prima edizione di *Guerrilla Gardeners* su La5, il factual game dedicato al giardinaggio lanciato a ottobre con **Compo**. Tutti sono progetti di branded entertainment, creati su misura sulle esigenze di comunicazione delle aziende partner e realizzati in stretta collaborazione con le concessionarie e gli editori, ma su cui c'è ancora tanta strada da fare per disegnarne un produttivo modus operandi win win". Il rapporto tra aziende e branded entertainment sta cambiando, anche alla luce anche dello sviluppo del media digitale. "Prodotto può essere a buona ragione considerata tra i precursori più convinti del

branded entertainment e per questo ci sentiamo responsabili nel contribuire a farlo crescere e migliorare perché è sempre più imprescindibile per aziende e editori - precisa il manager -. Ciò che è cambiato nel tempo, e che ora è chiaro a tutti, è quello che anni fa sembrava fosse solo una nostra 'visione': il messaggio deve essere legato al contenuto. Un buon prodotto di branded entertainment permette all'azienda di coinvolgere, informare e fidelizzare un pubblico selezionato e attivo. Per questo non c'è un solo media a essere catalizzatore del-



Riccardo Pasini

le attività, ma un insieme di mezzi in modo crossmediale e differenziato. Partendo però dal video, dove tv e social costituiscono il binomio da cui iniziare". La società ha saputo in pochi anni costruire professionalità e fiducia. "Grazie alla collaborazione con **Pubblitalia** e **RTI**, il 2016 è stato l'anno che ci ha visto collaborare anche con **Barilla** realiz-

zando *Il primo dei primi* per Canale5 e l'azienda di Parma poi ha scelto Prodotto anche per realizzare 12 adv destinate al web che da questo mese iniziano a essere distribuite in tutto il mondo. Il 2017 sarà segnato da un accordo con un'importante casa discografica con la quale sto lavorando da qualche mese a un progetto innovativo e crossmediale. In termini di fatturato questo si traduce in una costante crescita a due cifre che ogni anno viene reinvestita guardando al futuro". Nella direzione di 'educare' aziende, reti televisive e concessionarie Pasini sta per pubblicare un nuovo libro. "Siamo consapevoli che facendo branded entertainment stiamo contribuendo a scrivere le regole di un modo nuovo di fare televisione e comunicazione in genere. Quindi, a distanza di 5 anni dal primo libro, ci sembra giusto condividere le nostre esperienze con tutti. Sarà una sorta di 'La Videoevoluzione 2', dove metteremo a disposizione le nostre analisi, indicando verso dove stiamo guardando. Lo facciamo dal 1997, senza gelosie, e fino a ora i fatti ci hanno dato ragione", conclude il 'brand entertainer'.

