



GIAMPAOLO GRANDI

DA GENNAIO NUOVO FLIGHT DELLA CAMPAGNA TV CON UN INVESTIMENTO DA 1,8 MILIONI DI EURO

Condé Nast celebra il successo in edicola di Myself

Il primo numero del mensile a 322.000 copie di diffusione. Il gruppo chiuderà il 2012 in crescita del 10% con un fatturato di 200 milioni di euro [pagina 23]

IN COLLABORAZIONE CON ENEL

Greensense firma la campagna di Sharp

L'agenzia di marketing e comunicazione ecosostenibile della Lorenzo Marini Group comunica come 'lasciarsi conquistare dalla classe' [pagina 12]



INTERVISTA AD ALESSANDRA LANZA

Input Group 'allarga' i servizi all'ufficio stampa

La manager: "Consulta Eventi garanzia di qualità per le aziende"

pagina 2

DA OGGI ONLINE

Lowe Pirella Fronzoni fa gli auguri più veloci del mondo

L'agenzia firma l'operazione 'No waste of time 2012'

pagina 17

DALLA PARTE DELLE AZIENDE

Upa: adv in calo del 4-5% nel 2011, 2012 in pareggio

Il presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi è fiducioso: "L'Italia sarà una sorpresa"

pagina 23

Secondi a nessuno.

● ● ● ● ●
4

Perché da sempre **Noi** crediamo nella verticalità, nella qualità più che nel numero, nell'efficacia più che nelle classifiche, nel sito mirato più che nella dispersione di canale.

WWW.ADVIT.IT/SECONDIANESSUNO-MANIFESTO

Secondi a nessuno... pur sapendo di non essere i primi.

CREATIVITÀ E MARKETING

ALESSANDRA LANZA: "CONSULTA EVENTI DI ASSOCOMUNICAZIONE GARANZIA DI QUALITÀ PER LE AZIENDE"

Input Group 'allarga' all'ufficio stampa per essere più vicino ai clienti

Sempre più vicini ai clienti e alle loro esigenze. Sembra rispondere a questo imperativo lo sviluppo di servizi offerti alle aziende da parte di **Input Group**. La società che opera nel settore degli eventi ha infatti deciso di estendere il supporto ai clienti anche nell'area dell'ufficio stampa e della



ALESSANDRA LANZA

consulenza strategica. "Se un ufficio comunicazione in grado di gestire l'ufficio stampa non ha impattato diretto sugli eventi business - ha spiegato **Alessandra Lanza**, direttore marketing e pr del gruppo -, il discorso cambia quando ci si sposta nel mondo degli eventi consumer". Con questa operazione Input Group va a completare un ventaglio di servizi che ad oggi viene erogato attraverso tre agenzie di eventi, una di logistica e una casa di produzione multimediale. "L'obiettivo - ha continuato la manager - è quello di creare, partendo da quello che rappresenta il nostro core business, gli eventi, strategie di comunicazione in grado di coinvolgere tutti i mezzi, dai

media digitali alla stampa. A livello operativo possiamo dare il nostro contributo in autonomia oppure affiancarci agli uffici stampa delle aziende clienti". Intanto per Alessandra Lanza, riconfermata alla presidenza della Consulta Eventi di AssoComunicazione, il 2012 sarà un anno di sfide. "Questo secondo mandato - ha detto - dovrà essere all'insegna della praticità. Dobbiamo lavorare per sviluppare servizi funzionali al business delle associate e dei clienti. Questo si traduce nella pratica quotidiana in un lavoro di networking con le aziende e nelle attività di formazione. Dobbiamo offrire ai clienti strumenti utili per capire dove sta andando il mercato". Ma

AssoComunicazione è ancora percepita dai clienti come una garanzia di qualità? "Per quanto riguarda il mercato degli eventi sicuramente sì - ha concluso Alessandra Lanza -. Quello della Consulta Eventi è considerato un marchio di qualità e ormai le grandi aziende chiamano quasi esclusivamente le nostre associate. Noi siamo gli unici all'interno dell'associazione ad applicare criteri di selezione all'ingresso. Credo che questa sia la direzione giusta per garantire la qualità. Se nel 2007 le aziende che dovevano scegliere un partner per l'organizzazione di un evento apparivano disorientate, la situazione è progressivamente cambiata". (A.Cr.)

SCEGLI UN
ALTRO
PUNTO DI
VISTA

La tua creatività merita la giusta ispirazione. Cerca su iStockphoto tra milioni di immagini, video e file audio royalty-free di grande qualità.

iStockphoto.it