

# SPOT and WEB

MEDIA COMMUNICATION MAGAZINE

se sei stanco dei regali triti e ritriti, per la tua azienda **cipi c'è.**



**CIPi**  
Business emotion.

PROMOTION  
BUSINESS GIFT  
CUSTOM ITEM  
MERCHANDISING

Quotidiano di comunicazione e marketing, anno III, numero 8, mercoledì 17 gennaio 2007, pag. 4

## brevi brevi brevi brevi brevi brevi brevi brevi brevi brevi

### 100 occhiali Avinyo di adidas per aiutare i minori in situazioni di disagio sociale

In occasione della fiera BRAD& Butter, che si svolgerà a Barcellona da oggi e fino al 19 Gennaio, e dell'iniziativa benefica "Fetish for Charity" ad essa collegata, adidas Originals presenterà una edizione limitata di occhiali da sole, i cui proventi delle vendite saranno destinati a sostenere un istituto che tutela i minori in situazioni di disagio sociale. BRAD&Butter è una fiera che si contraddistingue dalle tradizionali fiere di moda per uno spirito innovatore. BRAD& Butter for Charity è l'iniziativa ad essa connessa e chiede alle aziende di contribuire donando pezzi in edizione limitata creati apposta per il "Fetish for Charity", in tal modo le aziende supportano un progetto che finanzia "El Casal dels Enfants del Raval", istituto che aiuta i bambini più disagiati. adidas Originals ha aderito con entusiasmo a tale progetto



e fornirà 100 occhiali Avinyo, appositamente personalizzati per l'occasione. Avinyo è un modello da sole adidas Originals dal design curvilineo, il cui nome si rifà ad un quartiere di Barcellona. Le montature dalle dimensioni generose e dai materiali high-tech vedono per l'occasione una decorazione dorata raffigurante un orso (omaggio a Berlino, città dove nasce il progetto B&B) ed il logo BREAD& Butter. Gli occhiali Avinyo (edizione limitata di 100 pezzi) saranno in vendita al prezzo di euro 145,00.

### Costa Crociere ed S.S. Calcio Napoli

Il capitano Francesco Montervino e il centrocampista Ivano Trotta, giocatori della S.S. Calcio Napoli, saranno presenti giovedì 18 gennaio alla Fiera TuttoSposi, in programma fino al 21 gennaio alla Mostra d'Oltremare di Napoli. L'iniziativa si inserisce nel progetto di partnership tra Costa Crociere, società italiana leader nelle crociere in Europa e Sud America e la S.S.Calcio Napoli che prevede, oltre alla presenza del marchio Costa all'interno dello Stadio San Paolo e su diversi materiali di comunicazione della S.S.Calcio Napoli, anche alcune attività di comunicazione sviluppate in sinergia. I due calciatori della squadra partenopea saranno i testimonial d'eccezione in questa giornata che sottolinea la leadership di Costa Crociere quale primo tour operator italiano nei viaggi di nozze.

### Il Car Pooling di TicketOne e Muoversi

In un momento molto "caldo" per il tema della mobilità sostenibile, TicketOne e Muoversi hanno dato vita in Italia al primo Car Pooling (condivisione di un'autovettura) ideato per i giovani ma accessibile indistintamente a tutti, on line e totalmente gratuito.

"Un progetto ambizioso di mobilità sostenibile che interessa tutto il territorio nazionale - ha commentato Federico Isenburg, partner di MUOVERSI - che si pone come obiettivo principale la responsabilità sociale intesa come rispetto dell'ambiente, attenzione alla sicurezza stradale e qualità della vita."

"Un progetto innovativo con un modello di business basato sui ricavi pubblicitari - ha aggiunto Marco Gualtieri, Amministratore Delegato di TicketOne - che può contare su una base di oltre 5 milioni di utenti e navigatori del sito TicketOne. Il Car Pooling

rappresenta per noi l'ideale sviluppo e ampliamento della nostra attività per offrire sempre più servizi e vantaggi ai nostri clienti".

**GET COOL: CAR POOL!**  
Car-Pooling DI TICKETONE...VIAGGIA IN COMPAGNIA

Sul sito [www.muoversi.net](http://www.muoversi.net) (e successivamente sul sito [www.ticketone.it](http://www.ticketone.it)) è possibile iscriversi al servizio e mettere a disposizione o cercare la disponibilità di un passaggio auto per raggiungere tutti gli eventi gestiti da TicketOne.

### Golia gocce di freschezza in Sampling

La nuova promozione sviluppata dall'agenzia For Marketing per Perfetti van Melle - azienda leader nel settore dei chewing-gum e dei pastigliaggi con marchi celebri come *Brooklyn*, *Alpenliebe*, *Golia*, *Vigorsole*, *Mentos*, *Morositas*, *Daygum* e *Frisk* - consiste in un'attività di distribuzione gratuita di Golia Gocce di Freschezza - il nuovo prodotto della famiglia *Golia* - nelle aree urbane adiacenti le Università delle città di Milano, Roma, Genova, Padova, Bologna, Torino, Bari e Catania.

Dal lunedì al venerdì, un team composto da 2 hostess (eccetto Milano e Roma per le quali sono previsti due Team a città), distribuiscono i samples nella quantità di una bustina per ogni studente/studentessa contattati, argomentando le caratteristiche del nuovo prodotto e concentrando l'azione - al fine di effettuare più contatti possibili - in tre momenti della giornata: all'ingresso delle Facoltà (9:00-11:00), durante la pausa pranzo (12:00-14:00) ed al termine delle lezioni (16:00-19:00).

### VectorWorks 12.5.1 di VideoCOM

VideoCOM, uno dei più importanti distributori nazionali di software per il disegno tecnico, la progettazione 3D, l'animazione, il video e il multimedia, ha annunciato la disponibilità di VectorWorks 12.5.1 un update alla versione 12.5 di VectorWorks, lo storico sistema CAD di Nemetschek North America sviluppato per realizzare disegni tecnici in 2D e per modellare in 3D con la massima semplicità. L'aggiornamento delle versioni in italiano viene inviato gratuitamente a tutti coloro che hanno un VideoCOM Service Plan attivo: [http://www.vectorworks12.it/support/vdcm\\_serviceplan.php](http://www.vectorworks12.it/support/vdcm_serviceplan.php).

### www.apertodomenica.com

Innovazione digitale al servizio del cittadino: da alcune settimane, è on line [www.apertodomenica.com](http://www.apertodomenica.com), il portale che fornisce tutte le aperture domenicali dei centri commerciali italiani e dei superstore, ovvero i supermercati più grandi. ApertoDomenica è un progetto a lungo termine.

L'idea è quella di fornire tutte le aperture domenicali, dai centri commerciali ai supermercati più piccoli, dai negozi dei centri storici ai concessionari d'auto. Compresa, perché no, quelle dei ristoranti. In questa fase iniziale, ApertoDomenica pubblica le date e gli orari delle aperture in base alle informazioni fornite dalle società di gestione e dalle catene degli ipermercati.

Nel corso del 2007, sarà attivata la possibilità, per ogni operatore commerciale, di potersi iscrivere on line e di aggiornare direttamente le sue aperture.

Sono anche state studiate forme di visibilità ulteriore, per fornire informazioni sempre più dettagliate e specifiche sulle aperture e sui singoli punti vendita.