



Il tema "Economia del Web e Tutela della Privacy", le proposte operative di Google per tutto il mercato

FEDERICO SILVESTRI, DIRETTORE GENERALE DI 24 ORE SYSTEM



Strategie

Al via la nuova Audio Content Strategy ideata dal Gruppo Il Sole 24 Ore

Incarichi Sapori

del Deserto ha scelto Inside per l'attività di comunicazione integrata



LUCA TARGA, CEO DI INSIDE

6 La novità Money.it: immediata e mobile, rinnovata la veste grafica della home page

15 Comunicazione Pinkblog.it: si rafforza il brand dedicato alle donne oltre gli stereotipi

13 Media

Cosmopolitan vuole guardare al futuro; e per immaginarlo coinvolge 20 tiktokers



DiLei
1^o Femminile più letto d'Italia.
www.dilei.it

Utenti unici* 9,7 milioni mese

Di Regina ce n'è una sola.

Pianifica la tua campagna con noi.

Cattura l'interesse di chi ti interessa.

KPI superiori ai benchmark di mercato
Fonte: *Audiweb luglio 2020

www.dilei.it un prodotto  italiaonline

Scopri di più, scrivici: ioladvertising@italiaonline.it

Incarichi Sapori del Deserto ha scelto Inside per la propria comunicazione integrata

L'agenzia ha lavorato per capire le esigenze specifiche dell'azienda, arrivando alla creazione di logo, naming, pay off e di tutti gli strumenti di immagine coordinata per la presenza online

Si chiama Sapori del Deserto ed è un marchio che nasce dall'idea di portare nel nostro Paese la qualità e la tradizione degli autentici datteri sauditi. Inside ha provveduto a studiare e realizzare questo nuovo marchio per veicolare i valori dell'azienda, abbinandoli a un'immagine forte, riconoscibile e al tempo stesso coerente con il messaggio comunicato. L'agenzia associata UNA, grazie al supporto dei suoi 33 professionisti tra specialist e creativi, ha lavorato fianco a fianco con il cliente per capire le esigenze specifiche dell'azienda, arrivando alla creazione di logo, naming, pay off e di tutti gli strumenti di immagine coordinata per la presenza online. Prossimo obiettivo, il portale e-commerce e la promozione dello stesso. Alla base c'è una vera e propria narrazione che ha toccato tre differenti tipologie di packaging, ciascuna declinata per ogni qualità di dattero, e caratterizzata da un abbinamento cromatico specifico. Lo storytelling è proseguito all'interno di un flyer illustrato e del sito web completo di blog per raccontare tutte le qualità e i benefici del dattero. Un primo - doppio - successo è già arrivato. All'interno del prestigioso Premio Agorà, i progetti di marketing e comunicazione legati a Sapori del Deserto si sono aggiudicati un Agorà d'Oro per la "Categoria Immagine Coordinata" e un Agorà d'Argento per "Immagine Aziendale, Sezione Food". Due riconoscimenti importanti, attribuiti dagli esperti del settore a questo progetto.

QF QuiFinanza

La finanza è ~~in~~accessibile

www.quifinanza.it

un prodotto  italiaonline

"La finanza è ~~in~~accessibile."
Oltre 9 MILIONI di italiani lo sanno.



Pianifica la tua campagna con noi.

Il miglior rendimento per i tuoi clienti.

KPI superiori ai benchmark di mercato

Fonte: *Audiweb luglio 2020