

# Current

in collaborazione con  
 Today Pubblicità Italia  
 a cura di Laura Buraschi

# AFFAIRS

## 1 | SPORT NETWORK ACCELERA

### SULLA TV E DIVENTA LA NUOVA CONCESSIONARIA DE IL FATTO QUOTIDIANO

Dopo l'acquisizione del canale Nuvolari a fine 2016, **Sport Network** ha siglato un accordo con Publishare per la gestione pubblicitaria del circuito di emittenti areali (prime e seconde emittenti per AMR in ogni regione), di tre emittenti nazionali a carattere sportivo (**Supertennis**, **Top Calcio 24** e **Top Planet**) e del quotidiano nazionale *Il Fatto Quotidiano*. "Sport Network diventa quindi in Italia un tassello strategico per la comunicazione di tutti i brand che intendono raggiungere il loro target in modo decisivo - spiega una nota della concessionaria guidata dall'ad **Aldo Reali** -. Non soltanto a livello nazionale, ma anche a livello locale, ogni realtà che comunica oggi troverà in Sport Network la risposta multimediale alle proprie richieste".



## 2 | ESORDIO A SANREMO PER IL NUOVO SPOT FERNET-BRANCA

Ha debuttato il 7 febbraio nel corso della prima serata del Festival di Sanremo il nuovo commercial di **Fernet-Branca**. "Questa campagna vuole raccontare l'incontro del saper fare italiano con gli ingredienti del nostro amaro: erbe e radici che vengono da quattro continenti. È questo che vogliamo trasmettere attraverso uno spot che è stato ispirato da uno scatto del noto fotografo inglese Martin Wonnacott", ha spiegato **Niccolò Branca**, presidente e amministratore delegato di **Fratelli Branca Distillerie**. La creatività è stata sviluppata in house con la collaborazione della società statunitense **H&L Partners**. Oltre allo spot, l'azienda, in collaborazione con **Publitalia**, ha realizzato un long video da 60" focalizzato sulle occasioni di consumo del prodotto, con la direzione creativa di **Francesco Emiliani** e la regia di **Dario Piana** con la cdp Black Mamba Productions e post produzione a cura di Edi-Effetti Digitali Italiani. Pianifica Carat.



## 3 | IMILLE SI RAFFORZA CON TORNABENE E PARONI



Simone Tornabene

**Simone Tornabene** si unisce al board dell'agenzia creativa per i media emergenti in qualità di partner e head of strategy. Tornabene è stato precedentemente Head of Digital di Cemit (oggi Inthera) del Gruppo Mondadori e successivamente consulente per la comunicazione digitale di brand come Enel, Generali, Discovery Channel, Despar e ActionAid. Alla direzione creativa è stato invece chiamato **Andrea Paroni**, proveniente da Kettydo. **Imille** ha chiuso il 2016 con una crescita del 15%. Quest'anno, grazie anche all'acquisizione di diversi nuovi clienti, si stima una crescita del 20%.



## 4 | EMANUELE FARNETI È IL NUOVO DIRETTORE DI VOGUE ITALIA E L'UOMO VOGUE



Jonathan Newhouse, chairman e chief executive di **Condé Nast International**, ha annunciato la nomina di **Emanuele Farneti** alla direzione di *Vogue Italia*: "Emanuele è oggi uno dei direttori più esperti, ammirati e di talento che abbiamo in Italia, avendo diretto come editor in chief otto testate nel corso della sua carriera. Formatosi in televisione, è approdato per la prima volta in Condé Nast Italia nel 1999 come membro del team che ha lanciato *Gentlemen's Quarterly* (GQ). Ha in seguito lasciato l'azienda per assumere ruoli manageriali in quotidiani e newsmagazine nazionali. È stato direttore della rivista di moda *Flair* e ha ideato la nuova testata *Icon*. Nel 2014 è tornato in Condé Nast Italia come direttore di *AD*, che ha rilanciato, prima di assumere la posizione di direttore di *GQ*. Emanuele è considerato un vero e proprio "magazine maker" in grado di portare a ogni testata sorprendenti novità, freschezza visiva e qualità ai massimi livelli".



Emanuele Farneti

## 6 | MORANDO SCEGLIE IL GRUPPO DDB ITALIA DOPO UNA GARA

Il **Gruppo DDB Italia** si è aggiudicato il budget di comunicazione 2017 di **Morando**, una delle più grandi realtà nazionali del settore del petfood Made in Italy. L'assegnazione avviene a seguito di una gara indetta a novembre che ha coinvolto diverse agenzie. Il piano di comunicazione sarà dedicato alle linee MiglorCane e MiglorGatto e si svilupperà in tv e radio con formati da 30" e 15" in posizioni ad alta visibilità sulle principali emittenti nazionali, supportato da un importante budget media, seguito da Personal Media. A firmare la produzione è Filmmaster.



## 5 | AUDIMOVIE, IL CINEMA A +5,1% CON OLTRE 100 MILIONI DI PRESENZE



Il 2016 si chiude con numeri importanti per il cinema italiano che incrementa sensibilmente rispetto all'anno precedente e supera nuovamente il tetto dei 100 milioni di biglietti. Questo riportano le rilevazioni **Audimovie** sulle presenze del gennaio-dicembre. I dodici Cicli del 2016 (31/12/2015-28/12/2016) fanno registrare un incremento del 5,1% rispetto all'analogo periodo del 2015 (01/01/2015-30/12/2015). L'anno chiude così a 104.071.133 presenze, di cui il 60,5% (62.954.297) riconducibili alle sale delle concessionarie certificate nel 2016 da Audimovie: **Rai Pubblicità, Moviemedia, PRS**. Il podio definitivo dei film più visti del 2016: *Quo vado?* seguito da *Perfetti sconosciuti* e da *Alla ricerca di Dory*.

