

DailyMedia

quotidiano della comunicazione
anno XXIII venerdì 26 luglio 2013

numero **140**

Mercato Now Available lancia la nuova unit Noline; alla guida Stefano Pagani

Dedicata allo studio e all'ideazione di campagne second screen

S secondo gli ultimi dati diffusi da IAB Italia il 60% degli utenti guarda la TV online e sono circa 11 milioni gli italiani che compiono online azioni collegate al programma che stanno guardando in televisione. È la fotografia di un'attitudine al multitasking (TV + laptop, smartphone o tablet), chiamata negli USA second screen experience, che si sta consolidando anche in Italia interessando il mercato dei media e della comunicazione pubblicitaria in particolare. E seguendo questo trend, la neutral agency Now Available lancia oggi Noline, la nuova multi-screen adv unit composta da un team di professionisti dedicati allo studio e all'ideazione di campagne second screen advertising. Guidata da Stefano Pagani, general manager e socio fondatore della neutral agency, la nuova unit sta già lavorando allo sviluppo della tecnologia second screen e ad una prima ricerca sul tema che verrà diffusa in autunno, con l'obiettivo di contribuire ad una maggiore conoscenza del second screen advertising

in Italia. «Le opportunità offerte alle aziende dal second screen advertising sono davvero tante - afferma Stefano Pagani, socio fondatore di Now Available e responsabile della nuova unit - per sfruttarle al meglio è importante rivolgersi a una struttura creativa abituata a ragionare al di fuori degli schemi tradizionali ancora fermi alla distinzione netta tra online o off-line. È per questo che con la unit Noline abbiamo deciso di eliminare questa "linea" proponendo sul mercato un approccio realmente innovativo che solo un'agenzia di carattere neutrale come Now Available può offrire». Rispecchiando la filosofia "media neutral" dell'agenzia, il team è attualmente composto da cinque figure professionali specializzate nella comunicazione sui diver-

si media: Matteo Ruisi (traditional creative), Antonio Zuddas (digital creative), Michele Prevato (attention planner), Cinzia Migliardi (social media specialist) e Seby Fortugno (technical developer). La Unit di Noline ha come obiettivo lo studio e lo sviluppo della tecnologia second screen applicata a dinamiche di comunicazione per i brand. Più precisamente Couponing (sarà possibile creare TV commercial con obiettivi di sell-out di prodotto estremamente efficaci e legati a una call to action immediata), Expand content & time (oltre i classici 30" secondi potrà intervenire il second screen, fornendo informazioni aggiuntive rispetto allo spot, completandolo, integrandolo o utilizzandolo solo come veicolo di propagazione di un messaggio su mobile), Gami-

fication (il più grande trend degli ultimi anni può essere sviluppato con nuove interazioni, uno spot può trasformarsi in un instant win o un platform game), Lead generation (gli spot potranno essere usati come mezzo efficacissimo per raccogliere nominativi nel database di marketing. O per incrementare una fan base di Facebook. O per erogare punti in programmi di CRM), Direct response (sarà possibile prenotare direttamente un test drive o segnarsi la data e le informazioni su eventi o prodotti. Oppure chiedere un preventivo in pochi semplici "tap" del tablet), Sales (con il link diretto all'e-commerce si potrà attivare l'acquisto immediato, con la possibilità di creare nuove formule: anteprima, serie limitata o offerte speciali) e Survey/Data collection (da uno spot sarà possibile avviare dei sondaggi/sondaggi aziendali in tempo reale. Raccogliendo istantaneamente il volere popolare ed eventualmente fornendo i risultati istantaneamente o nello spot successivo).

Account Lorenzo Marini Group accoglie Lucia De Bernardis

Lucia De Bernardis entra a far parte del team di account dell'agenzia di Lorenzo Marini. Con sei anni di esperienza nelle multinazionali della comunicazione quali DDB e Saatchi & Saatchi, ha avuto modo di lavorare con alcuni dei personaggi di maggior spicco del settore. Negli ultimi due anni in DDB, Lucia De Bernardis ha lavorato per Bennet e Hasbro, curando la comunicazione above the line e below the line. Negli anni precedenti inoltre ha avuto modo di lavorare su Esso, Arbre Magique, Mister Magic e Campari. In Saatchi&Saatchi ha invece maturato un'esperienza su clienti quali TIM, Telecom Italia e Mtv Mobile.