

FOCUS

NEW RETAIL NEL SEGNO DELLA MULTICANALITÀ

Il nuovo ruolo dei retailer in un customer journey sempre più integrato tra online e fisico

BIRRA PERONI

175 ANNI DI INNOVAZIONE A PORTATA DI CLIC

A disposizione di tutti un patrimonio oggettivo, audiovisivo e documentale unico



Looking forward

Simone Ranucci
Brandimarte,
Presidente di
Gruppo DigiTouch



Dieci candeline per Across

p.4



p.8

DANIELE PAGANINI

PER RILANCIARE L'OFFERTA COMMERCIALE

BUSINESSCOMMUNITY SCEGLIE AVRAGE MEDIA COME CONCESSIONARIA

Il prodotto di punta sarà il BusinessCommunity Magazine, il giornale dei manager e degli imprenditori diretto da Claudio Gandolfo



p.14

CON ADV A SUPPORTO

IL SOLE 24 ORE LANCIA YOUNG FINANCE E DEBUTTA SU TIKTOK

Progetto video digital first pensato per la Generazione Z sul tema dell'educazione finanziaria

ALL'INTERNO

p.2

Morato Pane on air in televisione e online con Integer

p.6

EOLO racconta la Guerra del Bombolone con Andrea Lorenzon

p.15

#ItaliacheSpettacolo, Ottosunove vince la gara per BIC

p.16

La Serie B arriva su Amazon Prime grazie a Helbiz Media



p.18

PER CURVE BIKE LIGHT & GPS TRACKER

VODAFONE PER LA SICUREZZA STRADALE CON PIERLUIGI COLLINA

La campagna porta la firma dell'agenzia londinese one green bean ed è stata girata a Bologna da Studio Yes



SU OLTRELAMEDIA.TV

IL TÈ DELLE CINQUE, UN MONDO DI POESIE IN MUSICA

Intervista al cantautore Marco Ferradini. Oggi appuntamento con Mario Moroni, conduttore e imprenditore

IL SOLE 24 ORE LANCIA YOUNG FINANCE E DEBUTTA SU TIKTOK

TODAY

22 Settembre 2021 | n°160

Il Sole 24 Ore, che da sempre attua iniziative sul tema dell'educazione finanziaria rivolte al mondo consumer, in occasione della ripartenza dell'anno scolastico e in previsione del **Mese dell'Educazione Finanziaria** a ottobre ha deciso di arricchire le proprie attività lanciando **Young Finance**, un format innovativo e distintivo, pensato per la Generazione Z, con particolare riferimento ai giovani dai 15 ai 21 anni. Si tratta di un progetto video digital first che prevede il coinvolgimento di talent e creator con un forte seguito ed engagement su YouTube e che punta a diventare strumento operativo didattico da utilizzare nelle scuole per la costruzione del programma curriculare. Ogni lunedì, dal 20 settembre, sulle piattaforme digitali del **Sole 24 Ore** una nuova puntata della videoserie, ognuna dedicato a un tema specifico, per un primo ciclo di 12 puntate, realizzati con la partecipazione di creator d'eccezione: i primi 4 video avranno come protagonista **Marcello Ascani**, influencer da 630mila follower su YouTube, che sui propri account intervista personaggi legati al tema viaggi e agli investimenti finanziari. Il focus dei primi 4 appuntamenti

sarà sul significato e l'importanza di investire, gli strumenti a disposizione, cosa sono interesse composto, imposte e previdenza complementare, risparmio gestito e il ruolo dei consulenti finanziari. Partner delle prime 4 puntate è **Tinaba** con **Banca Profilo**, che inserisce questa iniziativa tra le proprie numerose attività messe in campo per promuovere l'educazione finanziaria tra i giovani. Tra i creator protagonisti delle puntate successive ci sarà **Gianluigi Ballarani**, imprenditore tech molto seguito dai ragazzi i cui contributi saranno centrati su tematiche più legate al digitale come pagamenti, criptovalute etc. I video saranno pubblicati sul sito del *Sole 24 Ore* e sui canali social del quotidiano -

YouTube e Facebook. Parallelamente ci saranno delle attività di engagement degli utenti anche su Instagram.

In occasione dell'avvio di **Young Finance** verrà anche inaugurato il canale **TikTok** del **Sole 24 Ore**, dove verranno pubblicate alcune pillole del progetto. A supporto del progetto è prevista una campagna pubblicitaria sui mezzi del **Gruppo 24 ORE** - carta, digital e social - e una attività di social amplification.



INCARICHI

ZERICA SCEGLIE GHÉNOS COMMUNICATION PER LE PR



Lo storico brand siciliano **Zerica** ha scelto **Ghénos Communication** quale nuova agenzia Pr&PressOffice. Dal 1931, l'azienda di Termini Imerese propone in tutto il mondo eleganti e tecnologici erogatori di acqua, refrigeratori, dispenser e distributori d'acqua fredda e gasata, con un'ampia rete commerciale e di vendita distribuita capillarmente in più di 30 Paesi. A livello globale, Zerica è sinonimo d'innovazione, affidabilità e competenza. Questi valori sono stati trasmessi di padre in figlio in quasi cent'anni di storia, portando avanti una tradizione familiare

che costituisce ancora oggi uno dei tratti più caratterizzanti del brand. Pur restando ben ancorata alla sua terra, la Sicilia, Zerica è costantemente orientata verso i mercati globali, con uno sguardo sempre rivolto al futuro.