



**Fiat Panda, anima social dal 1980**

p.7

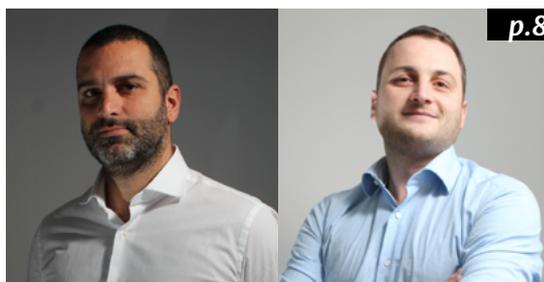


p.6

FIRMA WUNDERMAN THOMPSON

**WINDTRE TORNA IN TV CON FIORELLO E UN NUOVO FORMAT**

Lo spot, diretto da Alessandro Genovesi, è on air con formati da 30" e 20". Alla pianificazione Tv si affiancano online e social



p.8

CON UN APPROCCIO INNOVATIVO

**EVOLUTION ADV CAMBIA POSIZIONAMENTO AZIENDALE**

La società guidata da Francesco Apicella e Dimitri Stagnitto diventa hub tecnologico di consulenza e supporto per l'editoria digitale

**ALL'INTERNO**

p.3

Emanuela Vecchiet diventa partner di Kratesis

p.10

FCB firma il lancio di Carta Igienica Scottex Pulito Completo

p.11

Sky Italia, accordo pluriennale con ABB FIA Formula E

p.17

Vileda, campagna Tv con Herezie e Wavemaker



p.12

CAMPAGNA "PURPOSE TEAM"

**MCCANN WORLDGROUP ITALIA LANCIA IL NUOVO SPOT NAPISAN**

Per il brand di Reckitt Benckiser l'agenzia ha sviluppato il claim "Napisan, il gesto che ci protegge". Il piano media prevede Tv e digitale



IL TÈ DELLE CINQUE SU OLTRELAMEDIA.TV

**"RADIO MON AMOUR", LA MUSICA CHE CAMBIA**

Osprite Paolo Mursia, Responsabile Marketing di Trend Comunicazione. Oggi appuntamento con il musicista Franco Malgioglio

## MMM GROUP, 2020 IN CRESCITA A DOPPIA CIFRA, FOCUS 2021 SU CONSOLIDAMENTO CRESCITA PER MEDIAMATIC E LIVEFORUM

MMM Group chiude il 2020 con una crescita a doppia cifra (+12), grazie soprattutto al successo ottenuto della startup di eventi digitali e ibridi **LiveForum** e all'acquisizione di nuovi clienti da parte dell'agenzia media AI-powered **Mediamatic**. Lanciata a maggio 2020, LiveForum è la piattaforma di videocomunicazione per l'organizzazione e la gestione di eventi digitali e ibridi. Nel corso dei mesi LiveForum ha ampliato la propria offerta di soluzioni innovative, puntando sulla verticalizzazione con quattro moduli: LiveExpo, LiveTalk, LiveCongress, LiveVote. A meno di un anno dal lancio sono stati organizzati oltre 75 eventi in 4 diversi paesi (Italia, Spagna, Svizzera, Germania) con oltre 60.000 partecipanti. Tra i principali clienti acquisiti: Angelini, Benetti Yachts, bioMérieux, BMW, Compagnia delle Opere, Ducati, Fiera Roma, GSK, Kedrion, Italia Solare, NATO, Pfizer, Principato di Monaco, Università Bocconi. Presente sul mercato dal 2017, l'agenzia media omnichannel Mediamatic triplica il fatturato, grazie agli sviluppi incrementali della piattaforma proprietaria di Intelligenza Artificiale MaticBox per l'ottimizzazione degli investimenti adv, sviluppata in collaborazione con il Politecnico di Milano, e all'acquisizione di nuovi clienti, tra cui Del Monte, Diego dalla Palma, Studio Bonelli Erede e Volksbank, per cui ha curato campagne di comunicazione integrata. Nel 2021 MMM Group punta a ottimizzare le sinergie di gruppo offrendo al mercato soluzioni sempre più integrate e omnicanale. In questa

direzione si annuncia l'ingresso di **Celeste Simone**, che assume l'incarico di Marketing Manager di MMM Group e Sales Manager di Mediamatic. Celeste Simone vanta una consolidata esperienza nel mondo della comunicazione digitale e già in MMM Group aveva iniziato il percorso come media planner, fino a diventare manager nell'agenzia media del gruppo Performedia: negli ultimi anni ha poi consolidato la propria esperienza focalizzandosi su integrazione tecnologica e comunicazione omnicanale in DigiTouch Group e nel mondo delle startup InsurTech. «Sono felice di rientrare in MMM Group - dichiara Celeste Simone - una realtà che da sempre apprezzo per la capacità di innovare. Il lancio della piattaforma per eventi LiveForum e lo sviluppo dell'algoritmo per l'ottimizzazione integrata delle pianificazioni adv di Mediamatic, ne sono solo le ultime conferme. Il compito di Mediamatic



ROBERTO SILVA CORONEL

per il 2021 sarà quello di costruire per i propri clienti progetti di comunicazione omnicanali integrati, fermo restando l'asset imprescindibile della tecnologia. Gli strumenti tecnologici offerti da MMM Group saranno fondamentali e abilitanti per analizzare e costruire una soluzione ad hoc per ciascun obiettivo di comunicazione del cliente».

**Roberto Silva Coronel**, CEO di MMM Group, sottolinea: «Siamo particolarmente felici di complimentarci per il ritorno di Celeste Simone. Celeste ci consentirà di incrementare ulteriormente le sinergie di Gruppo, e di ottimizzare offerta di soluzioni e progetti sempre più integrati e tailor-made per i nostri clienti».

### ASCOLTI

## DAZN, RECORD DI AUDIENCE PER IL DERBY DI MILANO

Il Derby di Milano di domenica 21 febbraio è stato un grande evento non solo dal punto di vista sportivo, per il calibro delle squadre e dei campioni che si sono affrontati in uno stadio San Siro, orfano di pubblico, ma anche per l'attenzione e l'entusiasmo dei fan che hanno seguito la partita su **DAZN**. È stato infatti superato anche il precedente

record appartenuto sempre alle squadre milanesi (Milan vs Inter del 21 settembre 2019 fece segnare un ascolto di 1.6M di spettatori). La partita di domenica 21 febbraio ha avuto un record di audience di 2.2M di cui oltre il 50% solo su DAZN OTT.

Nel corso di tutta la partita, inoltre, è stata rilevata un'ottima performance

della piattaforma con indice di rebuffering inferiore alle media abituali, dimostrando un costante miglioramento. (C.P.)