



## Leader della comunicazione e creativi a Cannes

La nuova campagna di comunicazione di Banca Monte dei Paschi di Siena campeggia sulla copertina di questo fascicolo di *Media Key*. L'istituto bancario, che vanta una lunga storia iniziata nel 1472, si caratterizza per i valori di tradizione, prestigio e fiducia che gli vengono universalmente riconosciuti. La sua strategia di comunicazione punta da sempre sulla qualità, sulla creatività e sull'innovazione. Il nuovo spot, ideato dall'agenzia Catoni Associati, è stato girato da Marco Bellocchio e prodotto da Flying Film. Per la prima volta nella storia di Banca Monte dei Paschi di Siena il film pubblicitario è stato trasmesso prima su internet e poi in televisione, grazie a una collaborazione con YouTube ma anche al sito [unastoriataliana.it](http://unastoriataliana.it). L'attenzione alle forme più evolute di comunicazione è senza dubbio una delle caratteristiche di questo istituto bancario. Il cuore di questo volume, che sarà distribuito al Festival Internazionale dell'Advertising di Cannes, è dedicato ai Key communication leaders. La crisi sembra essersi attenuata rispetto al 2009 e ci sono diversi segnali di ripresa: i leader della comunicazione li colgono al volo e continuano a crescere, puntando sulla grande creatività che fa aumentare i fatturati e le market share dei clienti. Ecco quindi i profili e le campagne più significative di Adverperformance, DDB Italy, JWT/RMG Connect, Leo Burnett, Ogilvy, Republic e ZenithOptimedia. Il secondo speciale di questo mese è dedicato appunto al Festival dell'Advertising di Cannes, in programma dal 20 al 26 giugno, l'appuntamento più atteso dai creativi di tutto il mondo. Presentiamo nelle prossime pagine tutti i lavori italiani iscritti ai Cannes Lions nelle varie categorie, tranne quelle dedicate ai film pubblicitari che troverete come di consueto su *Tv Key*. Gli organizzatori della manifestazione hanno espresso grande soddisfazione perché le iscrizioni sono aumentate del 7% rispetto al 2009. Si tratta di un ottimo segnale che indica una ripresa dell'advertising a livello mondiale. Dunque sono ben 24.242 i lavori provenienti da ogni parte del mondo che si contenderanno i prestigiosi Leoni. Di questi, 365 sono quel-

li iscritti dall'Italia, ai quali auguriamo di conquistarsi i consensi che meritano. Come al solito le giurie riuniscono creativi di spicco a livello internazionale, che visioneranno tutte le entry per poi assegnare le loro preferenze. I giurati italiani scelti quest'anno sono solo quattro: Flavio Mainoli, Creative director di JWT, per la sezione Press; Sergio Muller, Creative director di Rapp, per la sezione Direct; Bruno Stucchi, Creative director di Sudler & Hennessy, per la sezione Design; Marco Venturelli, Creative director di Euro RSCG Milano, per la sezione Film. Riflettori accesi anche sullo IAB Forum di Roma, sull'Omnicom Expo di Milano e sulla Freccia d'Oro, la manifestazione dedicata a premiare il direct marketing. Un approfondimento che merita particolare attenzione è quello sul Chaotics Management System messo a punto da Philip Kotler e John A. Caslione: il caos è diventato la nuova normalità con cui le imprese devono fare i conti per uscire dalla crisi. Si parla quindi di marketing strategico in un articolo che mette a fuoco la centralità del cliente, un importantissimo aspetto che le aziende dovrebbero sempre tenere presente per avere successo. Nintendo e Amazon, per esempio, sono due realtà che hanno saputo comprendere i bisogni latenti dei clienti, introducendo sul mercato prodotti e servizi innovativi. E a proposito di marketing: come si rivitalizza una marca? Quali sono le principali cause del declino di un brand? Sunil Thomas e Chiranjeev Kohli della California State University rispondono a queste domande analizzando i casi di aziende top come Lacoste, Polaroid, Kodak, Puma, Adidas e Blockbuster. Sempre a proposito di aziende, Sisal, il leader italiano nel settore dei giochi a pronostico, rivela la propria offerta di servizi al pubblico che forse in pochi conoscono: oggi sono oltre 330 i servizi erogati da Sisal, grazie ad accordi con 62 partner, in aree come le ricariche cellulari, il ticketing, i servizi finanziari. Non manca il consueto commento ai nuovi dati Audiradio, che denotano la grande forza delle reti radiofoniche targate Rai e il solito predominio delle private Radio DeeJay e RTL 102.5. Buona lettura!

Roberto Albano