

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XIX n°219

venerdì 11 dicembre 2009

p. 13

www.formazione.ilsole24ore.com

FORMAZIONE24ORE
MASTER PART TIME

UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS

MASTER DI SPECIALIZZAZIONE, 9 WEEK END NON CONSECUTIVI
Milano, dal 29 gennaio 2010 - 8ª edizione

Tel. 02 4587.020 - Fax 02 4587.025 - info@formazione.ilsole24ore.com

Il Sole 24 ORE

Advertising Campagna pubblicitaria di Brand Portal contro la pirateria per Univideo e Confindustria

In partenza nel mese di dicembre, continuerà nel 2010. Cinque soggetti sono stati elaborati in diversi formati per la stampa e il web e declinati principalmente nei punti vendita della grande distribuzione e nelle videoteche

Univideo, Unione Italiana Editoria Audiovisiva, e Confindustria hanno organizzato ieri a Milano un incontro per mettere in luce una faccia poco conosciuta del **download illegale**. Da una ricerca condotta da Euromedia Research, in collaborazione con Matteo G. Brega dell'Università IULM, è emerso che non tutti sanno che scaricare file illegalmente vuol dire anche spalancare la porta a virus informatici e alla violazione della propria privacy. Con danni economici che possono sfiorare i 500



Un visual della campagna

milioni di euro all'anno. Proprio da questi temi è nata la campagna contro la pirateria curata dall'agenzia Brand Portal. L'idea di partenza è una semplice ma fondamentale domanda: cosa potrebbe succedere continuando a

scaricare e acquistare film illegalmente? "THE END. La fine della creatività, la fine delle emozioni e quindi anche la fine dei film". La creatività unisce semplicità e chiarezza del messaggio, evocando immediatamente il mondo di riferimento: su un ideale schermo compare la classica scritta "The end", declinata attraverso l'uso di diverse font che rappresentano i vari generi cinematografici, dalla commedia all'horror, dai film d'amore a quelli western. La campagna in partenza nel mese di dicembre continuerà nel 2010.

Cinque soggetti sono stati elaborati in diversi formati per la stampa e il web e declinati principalmente nei punti vendita della grande distribuzione e nelle videoteche. È prevista inoltre una pianificazione pubblicitaria su testate specializzate di settore e banner e spot sui siti delle catene retail che hanno dato il proprio appoggio all'iniziativa. Grazie alla collaborazione di tutti gli associati di Univideo, inoltre, la comunicazione verrà inserita nei siti e nel materiale pubblicitario e informativo di ogni singola azienda.

www.formazione.ilsole24ore.com/bs

FORMAZIONE24ORE
MASTER PART TIME

UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS

MILANO, DAL 29 GENNAIO 2010 - 8ª EDIZIONE

PROGRAMMA:

- I media: la mappatura e il funzionamento, il ciclo della notizia, la gestione dei rapporti con i giornalisti
- L'ufficio Stampa: ruolo e funzione, tecniche di scrittura, monitoraggio dei media, ufficio stampa di eventi
- Gestire le interviste con stampa, tv e radio
- La comunicazione di crisi
- Ufficio Stampa istituzionale e politico
- Definizione e allocazione di investimenti e budget dell'ufficio stampa
- La gestione delle relazioni attraverso i media digitali
- La valutazione dei risultati
- Comunicare e scrivere per i media esteri

DOCENTI E TESTIMONIANZE:

Lorenzo Brufani
Competence

Biagio Carrano
eastCOM Consulting Beograd

Jole Da Rin
Walt Disney Television Italia

Marisandra Lizzi
Mirandola Comunicazione

Caterina Mansueto
Esperta di comunicazione e relazioni pubbliche

Enrico Marro
Il Sole 24 ORE

Marco Marturano
GM&P

Isabella Mozzoni
Università di Parma
Dottore commercialista

Alex P. Roe
Englishisin

Franco Perugia
Senior Consultant

CLICCHI QUI PER VISUALIZZARE LA BROCHURE E LA SCHEDA DI ISCRIZIONE

Servizio Clienti
Tel. 02 4587.020 - Fax 02 4587.025
info@formazione.ilsole24ore.com

Il Sole 24 ORE

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione
Via Monte Rosa, 91 - Milano
Piazza dell'Indipendenza, 23 b/c - Roma