

GIUCA & VINCI 50 BRATZ
GO GIRL
L'UNICO MAGAZINE PRE-TEEN
150.000 COPIE
OGNI MESE IN EDICOLA CON UN GADGET ESCLUSIVO

MANIFESTAZIONI Spot School Award: la parola adesso passa alla giuria

La riunione per definire le shortlist e l'assegnazione dei premi nelle quattro sezioni della quarta edizione dello "Spot School Award" - Premio Internazionale del Mediterraneo, ha avuto luogo martedì scorso presso la sede **Sipra** a Milano. In giuria, oltre **Till Neuburg**, anche **Cristina Boccassini**, art director di **JW Thompson Milano**; **Michele Rizzi**, autore di studi sulla cultura del city marketing e della comunicazione della città, dei luoghi e degli eventi e amministratore di **Artefedeltà**; **Mario Piazza**, presidente **Aiap**; **Paolo Romoli**, direttore generale **Unicom**; **Riccardo Dusi**, presidente **Federpubblicità**; **Paolo Baudi**, responsabile marketing & research Sipra; **Mario Toffoletti**, amministratore delegato **Idg Communications Italia**; **Gabriella Foglio** di **Legambiente**; **Paolo Brivio** di **Caritas Italiana**; **Mauro Scarlato** di **Assessore al Turismo del Comune di Salerno**; e **Fausto Lupetti** di **Editori di Comunicazione**. Il premio, organizzato dall'associazione salernitana **Creativinasce**, è riservato agli

studenti di università e corsi di comunicazione, di pubblicità e web design, ed è patrocinato da Sipra, **Unicom**, **Aiap**, **Adci** e **Federpubblicità**. Lo "Spot School Award" si conferma una "palestra" concreta per i giovani che intendono avviarsi alla carriera di pubblicitari e creativi, con premi che consentono di avere un contatto diretto con i big del settore: il vincitore primo assoluto avrà, infatti, l'opportunità di partecipare al prossimo **Festival della Pubblicità di Cannes**, grazie a Sipra e **Comune di Salerno**, mentre la migliore scuola/università si aggiudicherà il **Golden School Trophy**. Anche per l'edizione 2005 del premio, che ha i padroncini di **Senato della Repubblica**, **Regione Campania** e **Università degli Studi di Salerno**, la partecipazione degli studenti è stata massiccia. Lo confermano gli ideatori e organizzatori della manifestazione, **Gerardo Sicilia** e **Alberto De Rogatis**, che segnalano numerose new entry tra scuole ed università italiane. La cerimonia conclusiva avrà luogo il 2 e 3 giugno a Salerno.

SPOT

Actified è on air in tv con JWT Roma



Due frame dello spot Actified

Porta la firma dell'agenzia **JWT Roma**, guidata da **Enzo Giacopini**, la nuova campagna televisiva di **Pfizer**, già on air, per il prodotto contro le malattie da raffreddamento **Actified**. Nello spot di 15" un ladro in attività furtiva è interrotto da un improvviso stamuto. Partono gli allarmi, segnale inequivocabile di un imminente raffreddore. Il prodotto (Actified spray nasale) spegne gli allarmi e i sintomi del raffreddore. La creatività è dell'art **Pier Franco Fedele** e del copy e regista dello spot **Alfredo Ruggieri**, che hanno lavorato con la direzione di **Paolo Ronchi**, mentre la direzione esecutiva è di **Pietro Maestri**. La produzione è di **Chocolat** e la direzione della fotografia di **Luca Robecchi**. La pianificazione di **Mindshar** prevede una copertura di due mesi e coinvolge le reti **Mediaset**.

In relazione all'articolo pubblicato ieri da Daily Media e relativo al magazine **Golfstyle**, si precisa che la raccolta pubblicitaria è affidata alla concessionaria **Publimaster** e non a **Mondadori Pubblicità**. Ci scusiamo con i diretti interessati.

STAMPA Golf & Turismo in edicola con lo speciale per il Telecom Italia Open

Golf & Turismo è in edicola per l'inizio del **Telecom Italia Open** di golf, che si svolge da oggi sul percorso del **Tolcinasco Golf Club** nelle vicinanze di Milano. La rivista diretta da **Mario Camicia** si presenta con un numero ricco, che

sarà disponibile anche presso lo stand allestito in occasione della gara di golf, oltre che in tutti i circoli italiani e alle altre principali gare nazionali. Dal punto di vista pubblicitario i risultati sono positivi. Alcune soluzioni di stampa, come il battente di copertina e la mezza fionda interna, così come la foliazione di 264 pagine, fanno di questo numero un prodotto importante anche nella forma e non solo nei contenuti. La concessionaria incaricata è **Publimaster**. Il 2005 vedrà, infine, il ritorno della testata in certificazione **Ads**.

