

## **Eventbrite entra nel mercato italiano**



Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/072010/PL-0710-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/072010/PL-0710-006.pdf) (*Il mercato degli eventi*)

**Eventbrite**, società attiva nella registrazione e ticket online per eventi, è sbarcata nel mercato italiano offrendo il proprio servizio ad hoc agli organizzatori di eventi nel nostro Paese. Che si tratti di un convegno o di un concerto, di un corso di degustazione di vino o di fotografia, Eventbrite contribuisce a rendere più facile da gestire e più visibile l'evento, grazie anche all'integrazione con i social network più diffusi come **Facebook**, **Twitter** e **Linkedin**. La società finora in Europa ha venduto oltre 1 miliardo di dollari di biglietti, con piattaforme in 14 Paesi fra i quali Francia, Spagna, Germania, Irlanda e Olanda.

## **Metti la pubblicità nella pausa caffè**



Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-006.pdf) (*Distribuzione automatica*)

L'idea è venuta nel 2010 a due imprenditori italiani, che hanno lanciato sul mercato il bicchierino dei distributori automatici personalizzato per veicolare le campagne pubblicitarie delle aziende italiane. Ora la concessionaria di unconventional media **OneHundred**, ha aggiunto ai vari media alternativi di **AMMandmore.com** il marketplace italiano di **T21**, **Target to One**, appunto i bicchierini di distributori automatici. Si tratta di un media con alta potenzialità di visibilità, che garantisce la ripetitività del contatto, attira l'attenzione del consumatore per la sua originalità ma anche per il particolare momento in cui si viene al contatto con il messaggio, la pausa caffè, momento di relax che come tale rende più facile la ricezione del messaggio promozionale.

## **Valdo Spumanti vola con Hawaiian Airlines**



Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/032012/PL-0312-003.pdf](http://www.largoconsumo.info/032012/PL-0312-003.pdf) (*Vini spumanti*)

**Valdo Spumanti**, azienda leader in Italia nella produzione di **Prosecco** e **Charmat Secco**, ha siglato un importante accordo con **Hawaiian Airlines**, compagnia aerea con sede a Honolulu che con le sue tratte copre

gran parte del territorio degli Stati Uniti e alcuni fra gli stati più importanti di Asia e Oceania. Il prodotto al centro della collaborazione è il **Prosecco Brut Doc**, che sarà servito a bordo dei voli Hawaiian, sia in prima classe che in business. L'azienda di Valdobbiadene ha conseguito un fatturato 2011 di 38,1 milioni di euro (+7% sull'anno precedente) e 9,1 milioni di bottiglie vendute di cui circa 4,3 milioni di export.

## **Il portale globale dei prodotti ritirati**



Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/032010/PL-0310-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/032010/PL-0310-002.pdf) (*Sicurezza, certificazione e tracciabilità della filiera agroalimentare*)

**Unione Europea** e **Ocse** hanno creato un portale internet che consentirà alle autorità di tutto il mondo di scambiare informazioni sui prodotti non sicuri che sono stati ritirati dal mercato. Il **Global Recalls Portal**, questo il nome, serve a consultare le segnalazioni dei prodotti ritirati, lo può utilizzare chiunque e in ogni Paese del mondo. Lo strumento dovrà contribuire a migliorare la sicurezza dei consumatori in tutto il mondo e ad accrescere la consapevolezza e la fiducia dei consumatori per gli acquisti su scala globale.

## **La Svizzera nel cuore di Milano**



Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/012012/PL-0112-004.pdf](http://www.largoconsumo.info/012012/PL-0112-004.pdf) (*Internalizzazione del retail*)

Si chiama **Swiss Corner** il nuovo spazio che la Camera di Commercio svizzera in Italia ha inaugurato nella centrale piazza Cavour a Milano. Si tratta di 200 mq che intendono offrire il meglio della cultura svizzera, all'interno di uno spazio che coniuga aree dedicate all'esposizione con altre riservate alla ristorazione, il tutto all'insegna della *swissness*. Il centro si propone come location ideale per eventi e manifestazioni di varia natura, oltre a offrire un servizio bar/ristorante di alto livello che si distingue per qualità e originalità, affiancando nei menu prelibatezze svizzere al meglio delle proposte tradizionali.

## **Premio TP Targa Pirella a Marchethink**



Approfondimenti:

<http://tinyurl.com/PLAdvertising>

Due importanti riconoscimenti sono

stati assegnati dalla **TP**, Associazione italiana Pubblicitari professionisti, all'agenzia di comunicazione **Marchethink**. Nell'ambito della prima edizione del premio "Targa Pirella" dedicato al socio **TP Emanuele Pirella**, scomparso nel 2010, l'agenzia marchigiana si è aggiudicata i due premi speciali nelle categorie "Film" e "Immagine coordinata" entrambi relativi al marchio di abbigliamento **Rodrigo** di proprietà della **IAC**, Industria Adriatica Confezioni.