

Dopo il successo del rilancio e la nuova rilevanza di Ogilvy & Mather Advertising a Parigi e Londra, anche l'Italia si è rinnovata, dando vita a un nuovo modello di agenzia di advertising in cui il digitale è pervasivo e contribuisce a creare soluzioni di business innovative.

Il nuovo posizionamento di Ogilvy & Mather Advertising nasce dalla piattaforma strategica Digital Open Church che il Gruppo Ogilvy sta mettendo in atto, a livello sia internazionale sia locale, per dare un nuovo ruolo alle singole discipline nell'era digitale. Forte della sua leadership mondiale nel digitale, Ogilvy, ancora una volta, dimostra la sua "digital attitude" e il carattere innovativo che da sempre la contraddistingue.

Il digitale non deve essere più considerato una specializzazione a sé da integrare alle altre, ma un elemento pervasivo. Ogni disciplina si sta infatti trasformando per diventare sempre più rilevante nel mondo digitale mantenendo la propria specificità: advertising, direct e crm, pr, consumer activation e altre ancora.

Un approccio, dunque, presente nelle diverse agenzie, che sono in grado di differenziarsi per il tipo di soluzioni che propongono per raggiungere gli obiettivi di marketing. Perché l'avvento del digitale non ha cambiato i problemi di marketing dei clienti, ma il modo in cui oggi si risolvono attraverso l'analisi dei comportamenti che porta a nuove e diverse interazioni con i consumatori. Nell'epoca della rivoluzione digitale, l'agenzia di advertising prende posizione: "Activate earned

OGILVY & MATHER ADVERTISING

Un nuovo modello di agenzia fondato su "digital attitude" e spirito innovativo

L'AGENZIA. O&M Advertising è l'agenzia di advertising del Gruppo Ogilvy, uno dei maggiori network di comunicazione al mondo, con 497 uffici in 125 paesi. Offre servizi a 360° a marche internazionali e locali, attraverso le diverse discipline del Gruppo. Tra i principali clienti di Ogilvy: Acqua Panna, American Express, Autogrill, Barclays, Biennale di Venezia, Chiquita, Comune di Parma, Condè Nast, Consorzio del Prosciutto di Parma, Europcar, Fondazione Venezia, Ford, Galbani, Gillette, GSK, IBM, IMA, Kraft, Mattel, Nestlé, Nutella, Poste Italiane, S. Pellegrino, Sorgania, Terme di Saturnia, Unilever, Vog-Marlene.

IL MANAGEMENT

DANIELE COBIANCHI - Chief Executive Officer

Laureato in Giurisprudenza, ha cominciato la propria carriera in pubblicità nel 1998 come account executive. Nel suo percorso professionale si annoverano agenzie internazionali come CCP Gruppo Dentsu, DlvBBDO, Lowe Pirella, Cayenne e Arnold Worldwide Italy Havas. Direttore Generale dal 2007, prima in Arnold Worldwide Italy e dal 2009 in Ogilvy&Mather, è ora CEO di Ogilvy&Mather Advertising.



GIUSEPPE MASTROMATTEO - Executive Creative Director

Diploma di art director presso Accademia di Comunicazione di Milano, dal 1996 lavora in grosse agenzie pubblicitarie nazionali e internazionali: prima in Young&Rubicam e D'Adda, Lorenzini, Vigorelli e dal 2000, come Direttore Creativo, in DDB, DlvBBDO, Armando Testa Milano. Nel 2009, chiamato da EuroRSCG, parte per New York dove ricopre il ruolo di Worldwide Creative Director per Jaguar e altri marchi del lusso. Molti i premi vinti, tra cui due Young Lion a Cannes e due Grand Prix ADCI.



ALESSANDRO SABINI - Executive Creative Director

Ha studiato Media and Communication al Goldsmith's College di Londra e Giornalismo all'Istituto Superiore di Giornalismo di Urbino. Ha iniziato nel 1998 come copywriter in Publicis Milano per passare in Saatchi & Saatchi, Ata De Martini & C./Arnold Worldwide, Bcube e Leo Burnett dove ha ricoperto il ruolo di direttore creativo su tutti i marchi del Gruppo Fiat e quello di worldwide creative director per Chrysler. Ha vinto, tra l'altro, due Leoni a Cannes e un Grand Prix ADCI.



GIOVANNI LANZAROTTI - Head of Planning

Laurea in Comunicazione di Massa, Master in Comunicazione a Ca' Foscari Venezia, inizia nel 1998 in Young&Rubicam come research analyst e brand planner. È planner in Lowe Pirella Lintas sui clienti internazionali, tra cui Unilever. Nel 2003/2004 in Publicis gestisce il coordinamento internazionale della strategia di Whirpool e lo sviluppo strategico di altre marche. Nel 2004 è brand key strategist in Young&Rubicam per Barilla, Danone, Japan Tobacco International, Bel Italia, Gruppo L'Espresso.



media with paid media to create brand image & awareness with contagious ideas" è la nuova mission di Ogilvy & Mather Advertising. "È necessario investire di più in grandi contenuti rilevanti - ha dichiarato Daniele Cobianchi - che riescono oggi ad alimentare le conversazioni nei social media, permettendo così alle marche di creare qualcosa che possa vivere in autonomia, guadagnare media value e coinvolgere utenti ambasciatori".

La nuova struttura

Oltre a spiegare il nuovo ruolo dell'advertising, Cobianchi ha presentato la nuova struttura e i nuovi talenti, chiamati a realizzare con lui questo progetto, perché "per farlo è fondamentale avere le persone con il giusto digital mindset, l'esperienza internazionale, la conoscenza del business locale e una forte cultura dell'advertising, delle idee e dei contenuti. Giuseppe Mastromatteo e Alessandro Sabini, Executive Creative Director, e Giovanni Lanzarotti, Head of Planner, oltre ad avere tutte queste caratteristiche, sono tra i migliori talenti del mercato". Nelle schede a fianco, presentiamo il nuovo management, chiamato ad affrontare con successo le nuove sfide di un mercato sempre più digitale e innovativo.

Ogilvy & Mather Advertising

O&M Advertising
Viale Lancetti, 29
20158 Milano
Tel. 02.607891
Fax 02.69018107
www.ogilvy.com