

20
13

Quality Product Awards

Le candidature all'Edizione 2013

CATEGORIA MAGIA DISNEY

BALOCCO - www.balocco.it
CARBOMBONIERE - www.carbomboniere.it
CARTORAMA - www.gruppocartorama.com
CRAYOLA - www.crayola.it
FERRERO - www.ferrero.it
GIOCHI PREZIOSI - www.gruppopreziosi.com
GRANI E PARTNERS - www.graniepartners.com
LEBEZ - www.niji.it
LEGO - www.lego.com
MONTEFARMACO - www.montefarmaco.it
PEGASO GIOCHI - www.pegasogiochi.com
PRECA BRUMMEL - www.precabrummel.com
PRIMI SOGNI - www.primisogni.it
RAVENSBURGER - www.ravensburger.com



REBECCHI
www.rebecchi.com

SAUL SADOCH - www.sadoch.com
SO.DI.CO - www.sodico.it
STEMA - www.stema.it

CATEGORIA COMUNICAZIONE E MARKETING INTEGRATO

GIOCHI PREZIOSI - www.gruppopreziosi.com



FERRERO
www.ferrero.it

LEGO - www.lego.com
MONTANA - www.montanafood.it
TOPPS - www.topps.com

CATEGORIA SOSTENIBILITÀ

ADMIRANDA - www.admiranda.it
BRAZZALE - www.brazzale.com
DALLA COSTA - www.dallacostalimentare.it



ORIGINAL MARINES
www.originalmarines.it

OVIESSE - www.ovs.it

CATEGORIA ALTA GAMMA

ADMIRANDA - www.admiranda.it
BBS - www.bbs.it
DOLFIN - www.dolfin.it
GIOCHI PREZIOSI - www.gruppopreziosi.com
ICEBERG - www.iceberg.com
LEGO - www.lego.com



MIRABELLO CARRARA
www.mirabellocarrara.it

RAVENSBURGER - www.ravensburger.com
SAN CARLO - www.sancarlot.it

CATEGORIA MIGLIORE IMPLEMENTAZIONE IN-STORE

EQSG - www.eqsg.com
MATTEL - www.mattel.com



WORLD CART
www.worldcart.it



VINCITORE DI CATEGORIA

I successi del licensing Disney premiati con i Quality Product Awards 2013

I prestigiosi riconoscimenti sono stati attribuiti ai migliori licenziatari in occasione dell'edizione estiva del Disney Licensee Meeting. Ad essi si sono aggiunti per la prima volta i Disney Media+ Awards, destinati alle migliori idee e campagne advertising, vendite e promotion.

Lo scorso 16 luglio si è svolto a Milano il *Disney Licensee Meeting*, il grande evento che si svolge, con due appuntamenti annuali, alle aziende licenziatrici che lavorano con Disney. L'obiettivo era duplice: presentare in anteprima la ricchissima e variegata offerta di contenuti Disney e Marvel e consegnare gli ambiti *Disney Quality Product Awards*.

L'edizione estiva del Meeting ha riunito oltre 400 ospiti, tra licenziatari e distributori che collaborano con la multinazionale, provenienti da tutta Italia e in alcuni casi anche dall'estero. Quest'anno il filo conduttore dell'evento era sintetizzato dal payoff *"The power of emotional connections"*, che sottolinea efficacemente il legame emozionale ed affettivo che lega le franchise Disney e Marvel a un pubblico di ogni età. I numerosi interventi della giornata si sono focalizzati sulle strategie di licensing e su quelle di marketing, comunicazione e retail che la company svilupperà a supporto delle principali franchise e delle novità cinematografiche e televisive del 2014. Una menzione speciale va alle testimonianze di Martin Angioni, Country Manager di Amazon Italia, che ha tratteggiato l'evoluzione



Lo staff Disney sul palco del Licensee Meeting 2013

dell'e-commerce in Italia e di Raffaella Speroni, Client Service Director di Carat Italia, che ha parlato dell'approccio sempre più "multiscreen" del consumatore moderno. Novità di questa edizione è stata la presentazione ufficiale di Lucasfilm, casa di produzione cinematografica creatrice della celeberrima saga di Star Wars, che rappresenta la

prossima grande sfida e opportunità di business per Disney.

Un appuntamento consolidato

Rispettando una tradizione ormai consolidata, in occasione dell'edizione estiva del Licensee Meeting sono stati assegnati i *Disney Quality Product Awards*. Si tratta degli attesi ricono-

scimenti dedicati ai prodotti e alle campagne che più si sono distinti in diversi ambiti, nel rispetto dei tre elementi-chiave Disney: innovazione, valore e qualità. Infatti, se la prima caratteristica comune a tutti i prodotti dei licenziatari è la **Magia Disney**, che da sempre rende il brand così attraente agli occhi dei consu-

matori di ogni età, accanto a essa non possono mancare tre valori fondamentali. L'**innovazione** contribuisce a rendere il prodotto interessante e unico per il consumatore; il **Valore** nasce dalla forza del brand e stabilisce un legame profondo fra il prodotto e il consumatore; la **Qualità** è intesa in termini di materiali utilizzati e di sicurezza, nonché della capacità di rispondere alle esigenze del consumatore moderno.

Accanto a quelli per i Licenziatari dell'anno Disney e Marvel, i *Quality Product Awards*, sono stati suddivisi in cinque categorie, di cui presentiamo i vincitori e gli altri due finalisti per ciascuna di esse. Infine, quest'anno hanno fatto il loro debutto i *Disney Media+ Awards*, volti a premiare le realtà che più si sono distinte implementando idee e campagne in ambito advertising, vendite e promozione.

2013 Quality Product Awards

La Giuria Disney

Francesca Romana Giancesin	VP Consumer Product Licensing & Head of Products & Head of Retail The Walt Disney Company Italia
Monica Astuti	VP Chief Marketing Officer The Walt Disney Company Italia
Andrea Guglielmo	Director Toys & Stationery
Attilia Pavarini	Director Food, Health, Beauty & Pets
Mariella Almasio	Director Fashion & Home - Head of Sales, Fashion, Home & Infant Channels

La Giuria Esterna

Cinzia Baldelli	Head of Beauty, Childrenswear and Toys, la Rinascente
Stefano Buja	Direttore Acquisti, Aspiag Despar
Alberto Miraglia	Direttore Marketing, Auchan
Armando Garosci	Giornalista, Largo Consumo





PLANETEX: UN PARTNER PROATTIVO



L'Award al "Licenziatario dell'Anno Disney" è stato vinto da **Planetex**, marchio di abbigliamento specializzato in maglieria, intimo e pigiama di qualità media fine e fine. L'azienda, fondata nel 2001, ha saputo distinguersi per proattività, flessibilità, ricerca, cura e attenzione dei particolari nelle gamme dei prodotti sviluppati. Con l'homewear, l'underwear, lo beachwear, i textile accessories "firmati" da Topolino, Minnie, Paperino e tutti gli altri eroi dei film e fumetti Disney, Planetex veste tutta la famiglia. I mitici personaggi compaiono giocosamente su pigiama e capi di intimo dalla qualità ricercata, dai tessuti traspiranti e dalle innumerevoli varietà di modelli e colorazioni. Capillarità di distribuzione e speed-to-market hanno portato Planetex a straordinari risultati sul territorio italiano.



personaggi compaiono giocosamente su pigiama e capi di intimo dalla qualità ricercata, dai tessuti traspiranti e dalle innumerevoli varietà di modelli e colorazioni. Capillarità di distribuzione e speed-to-market hanno portato Planetex a straordinari risultati sul territorio italiano.



“Da oltre cinque anni opero in Planetex e da 11 collaboro con Disney, che ritengo il licensor n.1 in Italia per il suo portafoglio di mitici personaggi, così ampio da coprire tutti i target, la competenza e il supporto del suo staff e la profonda conoscenza dei mercati presidiati”

Paolo Fabris, SALES MANAGER CARTOONS AND FOOTBALL DEPARTMENT



AZIENDA: Planetex srl
CONTATTO: Paolo Fabris, Sales Manager Cartoons and Football Department
E-MAIL: fabris@planetex.it
WEB: www.planetex.it

6



INALCA: INNOVARE CON LICENZE APPEALING



L'Award "Licenziatario dell'Anno Marvel" è il riconoscimento dedicato a Marvel, un brand strategico per Disney che nel corso del 2014 vedrà nuovi importanti lanci legati ai supereroi. La giuria ha conferito il premio a **Inalca**,



prima azienda nazionale nel settore delle carni. Con il brand **Montana**, Inalca ha portato innovazione in una categoria commodity attraverso l'utilizzo e l'alternanza di licenze appealing su un target di consumatori trasversale: bambini, adulti e famiglie. La scelta di lavorare in maniera costante sui maggiori successi Marvel, creando packaging accattivanti e meccaniche promozionali distintive, anche con il coinvolgimento della catena di ristoranti di proprietà Roadhouse Grill, ha portato importanti risultati di vendita e di immagine del gruppo.



“La collaborazione tra Inalca e Disney è iniziata nel 2011 e racchiude un'offerta di prodotti in co-branding rivolti in modo specifico al segmento kids. Ci fa molto piacere aver ricevuto questo riconoscimento proprio perchè premia la filosofia e i valori che ci accomunano, a cominciare da innovazione e qualità”

Roberta Ferri, RESPONSABILE MARKETING INALCA



AZIENDA: Inalca spa
CONTATTO: Roberta Ferri, Responsabile Marketing
E-MAIL: ferri@inalca.it
WEB: www.inalca.it



CATEGORIA MAGIA DISNEY

**Vincitore
Award
2013**

REBECCHI: UN MAGICO CONNUBIO TRA CUCINA E GIOCO



Magia Disney è una categoria particolarmente importante per Disney, perché rappresenta la *mission* fondamentale della Company, ossia "creare momenti magici ogni giorno".

Il premio quest'anno se lo è aggiudicato **Rebecchi Fratelli Valtrebbia**, azienda leader nel settore delle decorazioni dolciarie, con *Artisti in Cucina*. L'idea, basandosi sui concetti di "cucina" e "gioco", ha dato vita a una linea estremamente innovativa in una categoria che sta vivendo una seconda giovinezza, con una proposta che riunisce la famiglia in cucina e

suggerisce una nuova modalità educativa di gioco. Il premio è stato assegnato alla realtà che più ha sviluppato il prodotto secondo i valori chiave Disney, relativi a Innovazione, Valore e Qualità.



AZIENDA: Rebecchi F.lli Valtrebbia spa
CONTATTO: Giovanni Rebecchi, AD
E-MAIL: grebecchi@rebecchi.com
WEB: www.mirabellocarrara.it

GIOCHI PREZIOSI LANCIA IN ITALIA LA DOTTORESSA PELUCHE



Giochi Preziosi si è candidata alla Categoria Magia Disney con una linea di prodotti dedicati a Dottorissa Peluche, che rappresenta la perfetta trasposizione della magia della serie animata famosa in tutto il mondo nella modalità di gioco preferita dalle bambine più piccole. La linea, già lanciata in altri Paesi con ottimi riscontri, è stata presentata quest'anno - a partire dallo scorso giugno - anche in Italia. L'obiettivo 2014 è quello di creare e consolidare un'offerta ampia e completa di giocattoli dedicati al

target pre-scolare, facendo leva sull'esperienza e sulle competenze del Gruppo.



AZIENDA: Giochi Preziosi spa
CONTATTO: Antonella Telari,
Direttore Mktg
E-MAIL: direzione@giochipreziosi.it
WEB: www.giochipreziosi.it

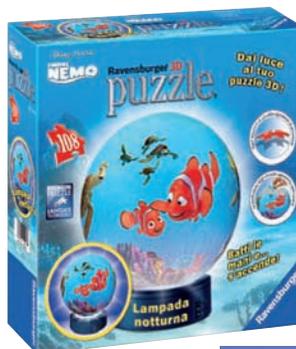
DA RAVENSBURGER UNA COLORATISSIMA LAMPADA PER NEMO

Da **Ravensburger**, il puzzle 3D diventa una magnifica lampada notturna del pesciolino più amato di sempre: il bellissimo e coloratissimo Nemo. Dopo avere montato il puzzle sferico, lo si posa sulla sua base luminosa che lo trasformerà in una favolosa lampada



notturna.

La luce Led ad alta efficienza si attiva anche con il semplice battito delle mani. Due le luminosità disponibili. Nemo da dieci anni fa sognare grandi e piccini e questa lampada "magica" consente di averlo sempre accanto a sé sul proprio comodino o nella propria stanza quasi come un vero acquario, grazie proprio alla sua forma sferica.



Ravensburger

AZIENDA: Ravensburger spa
CONTATTO: Lionel Marcus, Head of Marketing
E-MAIL: info.italia@ravensburger.com
WEB: www.ravensburger.com



**Vincitore
Award
2013**

LE GRAFICHE DISNEY DI MIRABELLO CARRARA



Nella categoria **Alta Gamma**, che premia i prodotti in grado di raggiungere nuovi consumatori offrendo loro un'esperienza al top unita all'offerta di un prodotto di qualità eccezionale, l'Award è stato assegnato a **Mirabello Carrara**, società che opera nel segmento Luxury del Gruppo Caleffi e leader di riferimento del settore "biancheria per la casa".

La scelta di utilizzare grafiche innovative ha permesso a Mirabello Carrara di raggiungere nuovi consumatori nella fascia alta, sfidando la tradizione e portando la magia dei personaggi Disney a un pubblico adulto, allargando al tempo stesso la distribuzione su nuovi punti di vendita.



“Sono particolarmente felice di questo riconoscimento che premia ancora una volta la capacità creativa e innovativa del nostro gruppo. La partnership con Disney, iniziata 25 anni fa, è uno dei più longevi esempi di collaborazione nel Licensing e rappresenta sicuramente la storia di maggior successo nel mondo Home Fashion. Sono sicura che tale collaborazione darà successi e soddisfazioni nel futuro ad entrambe le società”.

Giuliana Caleffi,
PRESIDENTE CALEFFI SPA

Mirabello
CARRARA®

AZIENDA: Mirabello Carrara spa
CONTATTO: Giuliana Caleffi,
Presidente Caleffi Spa
E-MAIL: info@mirabellocarrara.it
WEB: www.mirabellocarrara.it

BBS: TOPOLINO E MINNIE RAVVIVANO LA TAVOLA



Quest'anno **BBS** ha presentato ai Disney Award due linee di prodotti. Cominciamo con l'elegante e originale linea di tableware e cake decoration ispirata a **Mickey e Minnie**

Mouse. I prodotti sono realizzati in materiale plastico di elevata qualità; quelli per la decoration coprono tutte le esigenze per torte e cupcakes con l'inconfondibile simpatia dei personaggi Disney. La seconda linea è composta da tazze, set latte e zucchero, vassoio, porta torta e set tovagliette e sottobicchieri: tutti realizzati in melamina e materiali che offrono una resa grafica eccellente. Un'ottima opportunità di assortimento e proposta per i negozi life-style.



AZIENDA: BBS spa
CONTATTO: Alfredo Butti,
Direttore Marketing
alfredogiuseppe.butti@bbs.it
E-MAIL:
WEB: www.bbs.it

GILMAR FIRMA UNA LINEA DI ABBIGLIAMENTO COOL



Il **Gruppo Gilmar** è leader nella produzione e nella distribuzione di marchi di abbigliamento di proprietà - **Iceberg** e **Ice Iceberg** - e in licenza - **Frankie Morello**, **Brookfield** e **N°21**. Un'organizzazione in piena espansione, che sviluppa un'ampia gamma di prodotti: dal prêt-à-porter di fascia alta, alle linee giovani. Sempre seguendo un percorso di crescita in termini di stile, tecnologia e comunicazione.

Per i Disney Awards 2013 Gilmar ha presentato un'ampia linea di abbigliamento per un target giovane.



GILMAR

AZIENDA: Gilmar spa
WEB: www.gilmar.it



CATEGORIA COMUNICAZIONE E MARKETING INTEGRATO



FERRERO: CAMPAGNE WEB IMPATTANTI E DI SUCCESSO



FERRERO

AZIENDA: Ferrero spa
WEB: www.ferrero.com

Nella categoria **Comunicazione e Marketing Integrato**, l'Award è andato a **Ferrero**, multinazionale dolciaria leader in Europa e nel mondo, per le campagne web dedicate rispettivamente a Kinder Merendino e alle uova di Pasqua 2013 Kinder Gran Sorpresa. Entrambe rappresentano una modalità inedita per comunicare al target di riferimento, rispettando sempre i vincoli delle *food policy*, sia di Disney che di Ferrero. Sposando le linee guida della *food policy*, l'azienda è riuscita a trovare modi innovativi di comunicare ai genitori la magia delle licenze *Cars*, *Princess* e *Monsters University*, sfruttando i nuovi strumenti della frontiera digitale e ottenendo una campagna di eccellente impatto sui consumatori, risultata di supporto a tutto il brand Disney.

VIOLETTA, UN SUCCESSO MULTIMEDIALE PER TOPPS

Una impattante campagna di marketing sui prodotti Violetta, che ha coinvolto tutti i mezzi Disney: Tv, press, web, social media e sampling durante gli eventi. **Topps Italia** ha dedicato ingenti risorse alla popolarissima protagonista della serie Tv numero 1. La campagna Tv è stata lanciata a fine gennaio 2013 e ha fatto registrare oltre 300 passaggi. Tra febbraio e marzo una bustina promozionale da 3 card è stata veicolata sul magazine ufficiale (70.000 copie). Senza dimenticare gli oltre 3 milioni di bustine distribuite nelle attività di sampling e le iniziative on web e sui social media. Infine, a febbraio 52 iper Auchan sono stati teatro di una grande operazione promozionale.



AZIENDA: Topps Italia
CONTATTO: Eva Casadei Lucchi, Italy Sales Marketing Manager
E-MAIL: EvaCasadei@topps.com
WEB: www.topps.com

MONTANA AL FIANCO DI IRON MAN 3



Inalca-Montana ha presentato un'attività integrata sia sui prodotti Hamburger, sia presso i ristoranti Roadhouse Grill, legata al lancio di Iron Man 3, uscito in Italia lo scorso 24 aprile. I prodotti coinvolti nell'iniziativa sono stati gli Hamburger da 200 g e i Miniburger. Le attività implementate per l'occasione, attraverso un piano di co-marketing tra Roadhouse Grill e Marvel, sono state davvero moltissime: menù dedicati, comunicati stampa, spot al cinema, newsletter, siti internet, volantini nelle principali insegne Gdo, locandine, social network, tovagliette, radio.



AZIENDA: Inalca spa
CONTATTO: Roberta Ferri, Responsabile Marketing
E-MAIL: ferri@inalca.it
WEB: www.inalca.it



**Vincitore
Award
2013**

**ORIGINAL MARINES PROMUOVE TOPOLINO
IN VERSIONE "GREEN"**



La Categoria *Sostenibilità* riconosce l'impegno delle aziende che hanno meglio assimilato nei loro prodotti i principi etici, di sostenibilità e rispetto per l'ambiente che Disney promuove da sempre. Quest'anno la giuria ha premiato con voto unanime l'azienda **Original Marines** per il progetto "Ecogiociamo", l'iniziativa che ha promosso la distribuzione gratuita in tutti i punti vendita Original Marines di un'edizione speciale del famoso fumetto



"Topolino", realizzata esclusivamente con storie "green" che affrontano temi legati all'ecologia attraverso le avventure dei personaggi Disney. Al fine di educare i più piccoli al rispetto dell'ambiente e di trasmettere loro in modo divertente concetti come le fonti rinnovabili, il riciclo e la raccolta differenziata, il progetto è stato premiato perché rivolto esclusivamente ai bambini, non legato a un prodotto fisico e sviluppato in formato cartaceo, la forma di comunicazione più accessibile per tutti.



AZIENDA: Imap Export spa
CONTATTO: Alessandro D'Ambrosio
E-MAIL: ale.dambrosio@originalmarines.com
WEB: www.originalmarines.it



“La collaborazione con Walt Disney va ben oltre gli aspetti meramente commerciali, abbracciando una filosofia che accomuna le due aziende e privilegia una forte attenzione al mondo del bambino. Da qui nascono progetti come quello premiato, il cui obiettivo di fondo è sensibilizzare i più piccoli, sempre con toni soft e non invasivi, verso i temi dell'ecologia”

**Alessandro D'Ambrosio,
DIRETTORE MARKETING**

**DALLA COSTA:
SANA E DIVERTENTE**



Una linea completa di pasta biologica coniugata con la popolarità di un brand come Disney, focalizzato sul mondo kids. Per gli Award 2013, **Dalla Costa** ha puntato su questo interessante connubio: qui l'innovazione deriva non solo dalla qualità delle materie prime e dal valore del biologico, ma anche dal packaging ricercato e attrattivo. Due le proposte: un astuccio da 400g di Pastina Baby Food di semola di grano duro - per i bambini che hanno compiuto un anno di età - e i Mini Formati in sacchetto da 300g, una linea che si compone di 7 articoli, tra cui le formine dei più famosi personaggi Disney tricolori aromatizzate con pomodoro e spinaci.



AZIENDA: Dalla Costa Alimentare srl
CONTATTO: Fabio Dalla Costa,
Direttore Marketing
export2@dallacostalimentare.com
E-MAIL: export2@dallacostalimentare.com
WEB: www.dallacostalimentare.com



**LA LINEA BIO COTTON
DI OVS**



OVS, storica insegna del **Gruppo Coin**, ha proposto Bio Cotton "Chip and Dale", una gamma di prodotti interamente realizzata con cotone biologico che arricchisce la linea Fagottino Mini. Realizzati da un fornitore certificato, i capi sono stati ideati per offrire un prodotto assolutamente ecologico e sostenibile. Oltre a distinguersi per il loro contenuto bio, i prodotti "Chip and Dale" sono caratterizzati da un accattivante appeal: un altro plus che ha contribuito al loro successo.

GRUPPOCOIN



AZIENDA: Gruppo Coin spa
CONTATTI: vania.rinaldi@gruppocoin.it
pamela.bertoldogruppocoin.it
WEB: www.gruppocoin.it



CATEGORIA MIGLIORE IMPLEMENTAZIONE IN-STORE

**Vincitore
Award
2013**

LE IMPATTANTI SOLUZIONI ESPOSITIVE DI WORLD CART



Miglior Implementazione In-Store è la categoria volta a premiare la migliore attività di comunicazione e promozione in-store che abbia fatto leva su tutte le possibilità offerte da Disney. Il riconoscimento è stato assegnato a **World Cart**, azienda italiana specializzata nella trasformazione di carta monouso, per aver sviluppato soluzioni espositive che hanno dato valore aggiunto a un prodotto di uso quotidiano, permettendo di massimizzare la visibilità della licenza. La soluzione espositiva

nei negozi Tigotà by Gottardo, specializzati nella vendita di prodotti per la cura della casa, della persona e di articoli di profumeria, ha permesso di valorizzare tutta la linea di prodotti in carta con la licenza 7 Nani. In questa occasione è stata premiata anche la collaborazione con un retailer in crescita.



WORLD CART
passion for paper

AZIENDA: World Cart srl
CONTATTO: Luca Lazzarotto,
Amministratore Delegato
E-MAIL: info@worldcart.it
WEB: www.worldcart.it



“La nostra strategia è quella di trasformare prodotti commodity, come i fazzoletti, in accessori di moda, esteticamente belli e di alta qualità. Disney ci offre un supporto molto importante in questo senso, grazie ai suoi personaggi di forte appeal ed espressione di valori positivi”.

Luca Lazzarotto, AD WORLD CART

MATTEL OTTIMIZZA CON “I LOVE DISNEY”

L'attività “I love Disney” ha permesso a **Mattel** di ottimizzare l'esposizione di prodotti in un periodo particolare, in coincidenza con un concorso che legava l'acquisto di un prodotto della linea Principesse Mattel e di un dvd Disney.



L'iniziativa, svoltasi lo scorso febbraio in esclusiva presso gli ipermercati Auchan, è stata una grande dimostrazione di partnership tra le due società. Una collaborazione dalla quale sono scaturite 52 implementazioni impattanti e 20 spazi extra

dedicati ai giocattoli Mattel (Disney) e ai dvd Disney. Questa attività ha messo in evidenza le diverse offerte Disney, ottenendo all'interno degli store un'ottima visibilità e un notevole impatto, che ha portato a grandi risultati.



AZIENDA: Mattel spa
CONTATTO: Giuseppe Papa, Senior
Manager Customer Marketing
& Brand Communication
E-MAIL: giuseppe.papa@mattel.com
WEB: www.mattel.com

EQSG E LE MAGICHE T-SHIRT DISNEY



Azienda piemontese con una profonda esperienza nel settore promozionale, **EQSG** ha partecipato, in qualità di produttore e licenziatario, all'iniziativa “La spesa si veste di fantasia”, implementata lo

scorso maggio nei punti di vendita Auchan. È stata la prima occasione in cui sono stati utilizzate le t-shirt “comprese” per un'operazione short in Gd. Il prodotto ha avuto la capacità di coinvolgere il consumatore finale, stimolato a scoprire questo “oggetto misterioso” una volta arrivato a casa e a collezionare tutti i modelli disponibili. Il successo dell'operazione si deve anche alla qualità del prodotto e alle stampe accattivanti e rivisitate in chiave moderna dei personaggi che hanno fatto la storia di Disney.



AZIENDA: EQSG
CONTATTO: Fabio Malfatto, AD
E-MAIL: f.malfatto@eqsg.com
WEB: www.eqsg.com



ENI GAS E LUCE SCEGLIE IL CINEMA DISNEY 2013



BEST DISNEY THEATRICAL PROMOTION

Best Disney Theatrical Promotion, ha assegnato il riconoscimento a **eni gas e luce**, per la promozione innovativa che ha sfruttato la forza dell'intero listino cinematografico Disney del 2013.

eni gas e luce ha scelto Disney per creare un'offerta unica nel suo genere, che per la prima volta in assoluto si è legata a tutti i film Disney del 2013, proponendo ai nuovi clienti web un carnet di buoni cinema Disney utilizzabili per tutto l'anno. eni ha inoltre sostenuto l'iniziativa con un investimento multimedia che ha garantito un'ampia awareness dell'offerta su tutto il mercato di riferimento.



AZIENDA: ENI spa
WEB: www.eni.com/it

12

AUDI: UNO STRAORDINARIO SUPPORTO A IRON MAN 3



BEST MARVEL THEATRICAL PROMOTION

Best Marvel Theatrical Promotion ha visto come protagonista Audi, per la straordinaria partnership a supporto di Iron Man 3. Il noto brand automobilistico ha inaugurato la collaborazione con Marvel già con il primo film della franchise Iron Man, diventando nel tempo l'auto ufficiale di Tony Stark. Per il terzo capitolo della serie dedicata ad Iron Man, Audi è stata premiata per la campagna pubblicitaria di grande impatto, con ben 63 passaggi tv nel prime time, e l'organizzazione dell'anteprima a Milano, attività che hanno dato grande supporto e visibilità al film.



AZIENDA: Audi Italia
WEB: www.audi.it

Per ulteriori informazioni sulle opportunità promozionali e di marketing con Disney scrivete a mediaplusitaly@disney.com



DISNEY MEDIA+ AWARD 2013



UN GRANDE PROGETTO CONAD CON I CLASSICI DISNEY



La categoria **Best Loyalty Promotion** ha premiato **Conad**, per la promozione "I Classici Disney - Collezione, Gioca e Impara", un progetto di ampio respiro che si è avvalso di una fortissima campagna di comunicazione multimediale, introducendo elementi di edutainment legati al brand Disney English. Pensata per i più piccoli, ma strizzando l'occhio anche agli adulti appassionati gli intramontabili Classici Disney, l'iniziativa ha visto protagonisti La Carica dei 101, Pinocchio, Cenereola, Il Libro della Giungla, Peter Pan, Il Re Leone, Gli Aristogatti, Aladdin, La Spada della Rocca.

La giuria ha voluto premiare l'esecuzione perfetta nei punti di vendita, unita alla distribuzione dei coupon 2x1 per i Classici al Cinema Disney, elementi che hanno permesso ai clienti Conad di vivere la magia Disney nella spesa di tutti i giorni.



AZIENDA: Conad soc. coop.
WEB: www.conad.it

SAMSUNG PROMUOVE LO SPORT E LA SOCIALITÀ

Best Corporate Promotion è il riconoscimento che vuole premiare la realtà che meglio promuove e condivide i valori fondanti della Company. Per questo motivo la giuria ha conferito il premio a **Samsung**, compagnia leader mondiale nei prodotti di alta tecnologia, che ha creato un'ef-



Pensi di essere un asso del pallone?

Dimostra il tuo talento! Puoi entrare a far parte della squadra Samsung e partecipare al Trofeo Topolino.

Ami lo sport e ti piace giocare a calcio? Faici vedere quanto sei bravo: riprendi le tue azioni più entusiasmanti con il pallone e potrai vincere l'opportunità di entrare nella squadra Samsung e partecipare al Trofeo Topolino. Che aspetti? Scandi in campo con tutto il tuo talento. Scopri con i tuoi genitori come partecipare su www.samsungpremiat talento.it/trofeo_topolino.asp



ficace campagna di brand legata al Trofeo Topolino di Calcio, promuovendo i valori positivi dello sport e della socialità, che sono centrali anche per Disney. Il riconoscimento vuole premiare anche il lavoro che Samsung porta avanti con Disney attraverso campagne co-brand di forte impatto su differenti tipologie di prodotto, in un'ottica sempre più integrata e strategica, sfruttando a 360° tutti i contenuti e le piattaforme di comunicazione messe a disposizione da Disney.

AZIENDA: Samsung Electronics Italia spa
WEB: www.samsung.com/it



ARMOSIA: SPECIALISTI NELLE PROMOZIONI CO-BRAND

Best Promotional Agency Partner è il premio che sottolinea l'importante ruolo delle agenzie promozionali in un mercato complesso quale è quello delle promozioni in co-brand. Il vincitore è **Armosia**, agenzia che si è distinta per l'alto livello di professionalità e per la capacità di coinvolgere grandi partner in campagne di fortissimo impatto quale l'importante co-marketing con TIM per l'uscita dei principali film Disney e Marvel. Attiva da oltre dieci anni in Italia e dal 2010 in Brasile, Armosia è cresciuta nel tempo consolidando attraverso percorsi di ricerca continui un'offerta capace di ottimizzare qualsiasi tipo di investimento pubblicitario.



AZIENDA: Armosia Italia srl
WEB: www.armosia.com

