

a cura di Nadia Castelli



news news news news

BIC® INTENSITY™ LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA LIBERA LA TUA CREATIVITÀ

BIC presenta la campagna digital Libera la tua creatività dedicata alla linea BIC® Intensity™, on air sui canali Instagram, Facebook, Youtube e Tik-Tok, che nasce con l'obiettivo di invitare le persone a liberare la propria creatività, immaginando una nuova realtà tramite la quale fuggire momentaneamente da quella che le circonda. Il video della campagna mostra persone di diverse età e professioni: un insegnante che corregge i compiti con doodle colorati, un pizzaiolo che decora le scatole delle pizze, una ragazza in call che prende appunti in modo fantasioso. Grazie alla linea BIC® Intensity™, ognuno di loro riesce a esprimere la propria creatività in modo unico e distintivo dedicandosi un momento di relax e libertà attraverso l'utilizzo del colore. BIC® Intensity™ comprende matite colorate e pennarelli premium, ideali per colorare aree di ampie dimensioni e creare sfumature ma anche tracciare contorni di precisione, *fineliner* che cambiano colore, evidenziatori e pennarelli *dual tip* che regalano un tocco di colore e vivacità alle attività quotidiane di scrittura, marcatori permanenti per lasciare il segno su diverse superfici. Un'ampia scelta di prodotti e colori, per soddisfare i bisogni e le aspettative di tutti, per ispirare e permettere di creare, dalla scrittura artistica al fai da te, passan-

do per tutte le espressioni spontanee che ognuno può immaginare. Prodotti di elevata qualità, accessibili a tutti, semplici da usare ed affidabili: tutte caratteristiche centrali del marchio BIC, che vengono riproposte in questa gamma di prodotti per esprimersi attraverso il colore. Con BIC®, tutti possono diventare artisti, non importa il risultato finale, perché l'espressione di sé rappresenta una vera e propria forma d'arte, unica e inimitabile.

about.bic.com

SI CHIUDE CON SUCCESSO IL PROGETTO EPSON PALESTRA CREATIVA CON ISTITUTO GRAFICO RIZZOLI

Si è conclusa con successo *Epson Palestra Creativa - Tecnologia e creatività per la comunicazione sul punto vendi-*

ta, l'iniziativa partita lo scorso ottobre e messa a punto dall'Istituto Rizzoli di Milano in collaborazione con Epson. Rivolta agli studenti delle classi terze per lo sviluppo di un progetto di comunicazione nel settore retail, ha alternato lezioni teoriche e attività pratiche, risultando una sfida avvincente per i ragazzi e un'opportunità per l'azienda giapponese, che ha offerto un valido contributo alla formazione delle nuove menti creative dell'Istituto. *Epson Palestra Creativa* è in linea con il progetto educativo *New Horizons* che, parte delle iniziative di CSR sviluppate da Epson Europa, è in essere dal 2019 e coinvolge migliaia di studenti europei di tutte le età, mettendo a loro disposizione tecnologie digitali per favorire metodi di insegnamento innovativi e promuovere la conoscenza e i programmi inerenti i temi della sostenibilità e dell'innovazione. Nei due incontri con gli studenti presso l'Istituto, Alex Tomaiuoli, Sales Support Specialist di Epson Italia, ha illustrato come realizzare il file per la stampa digitale di largo formato partendo dai più comuni applicativi di grafica e preparandoli alle funzioni tipiche di un software RIP. L'utilizzo della stampante SC-T3700 per la produzione dei lavori sviluppati dal team è stato il passo finale del percorso. L'obiettivo di stimolare interesse per la realizzazione di supporti grafici destinati alla comunicazione sul punto vendita è stato raggiunto: l'iniziativa è stata molto apprezzata dai partecipanti sia per le nozioni interessanti, sia per l'ambiente, disteso e al tempo stesso coinvolgente.

epson.it



GUANDONG ANNUNCIA L'INGRESSO DI GIOVANARDI NELLA COMPAGINE SOCIETARIA

Guandong annuncia l'ingresso nella compagine societaria del Gruppo Giovanardi, punto di riferimento per i tessuti tecnici nel campo della protezione solare, dell'architettura, dei trasporti, della nautica, della pubblicità, del design e della stampa. Lo scorso 18 maggio, infatti, la finanziaria ELVI Holding ha siglato l'accordo con la Giovanardi Investment Company che entra in Guandong Italia con quote di maggioranza. "Nel percorso iniziato nel 2007, Guandong ha acquisito anno dopo anno autorevolezza nel mercato internazionale diventando un brand riconosciuto in tutta Europa", esordisce Edoardo Elmi, fondatore di Guandong. "Oggi siamo una realtà estremamente dinamica, troppo grande per agire con logiche da piccola azienda, ma troppo piccola per pianificare il futuro con l'approccio corretto per il mercato europeo. Ci siamo resi conto che per proseguire nel nostro percorso di crescita servono nuove risorse e io e il mio storico socio Alberto Vincenzi sentiamo il dovere, anche morale, di dare continuità all'azienda nel contesto europeo". Con il tratto ironico che lo contraddistingue, Edoardo Elmi aggiunge: "Anche se alcuni ci considerano highlander, Alberto ed io non siamo più due giovincelli e la nostra età implica la necessità di un nuovo contributo". Elmi sottolinea che ELVI Holding rimarrà nella compagine azionaria di Guandong per garantire continuità al percorso di sviluppo e per supportare l'integrazione sinergica con la realtà Giovanardi. Nel presentare il nuovo socio di maggioranza, Edoardo Elmi si dichiara particolarmente contento di "aver incon-



trato un 'imprenditore di razza', che ha saputo sviluppare l'azienda su vari mercati del tessile tecnico e che opera secondo principi molto simili ai nostri, gestendo l'impresa di famiglia con valori legati alla tradizione, ma guardando al mercato con un approccio innovativo". Giovanardi, infatti, pur avendo raggiunto una dimensione internazionale, ha saputo restare fedele alle proprie origini di realtà familiare. Guandong e Giovanardi continueranno a operare in modo indipendente con le rispettive reti commerciali. Il management di Guandong conferma la politica finora intrapresa, come spiega Daniele Faoro, Chief sales & marketing advisor. "Proseguiremo nello sviluppo della rete commerciale, in modo particolare all'estero, continuando a lavorare con il nostro network internazionale di distributori che si interfacciano a loro volta con gli operatori del printing. Confermiamo, altresì, l'impegno di voler continuare ad essere gli 'specialisti delle specialità', prerogativa che tutto il mercato europeo ci riconosce".

guandong.eu
giovanardi.com

MANCANO DUE ANNI A PRINT4ALL 2025

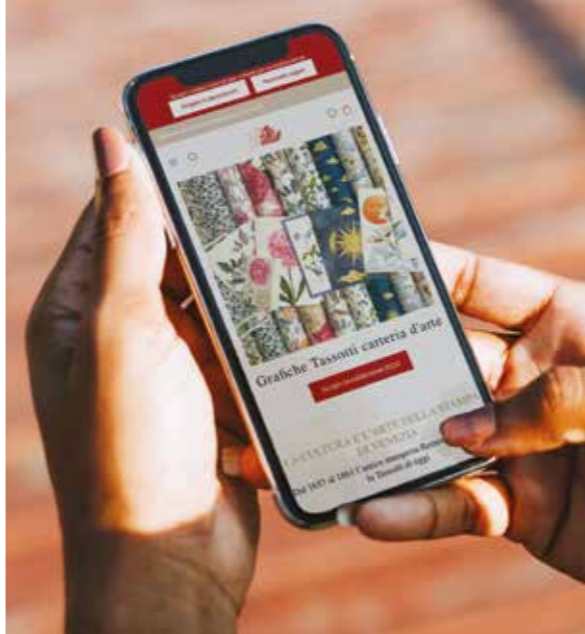
Il conto alla rovescia è partito e tra due anni il mondo del printing si riunirà ancora una volta a Fiera Milano per Print4All, in programma dal 27 al 30 maggio 2025. Organizzata da Fiera Milano e promossa da Argi e Acimga - le due

associazioni italiane di riferimento del settore *printing e converting* - Print4All riconferma la propria identità di piattaforma integrata a servizio del mondo del printing e dei suoi professionisti. L'edizione 2025 si focalizzerà sulle opportunità offerte dalla crescente convergenza tra tecnologie di stampa e mercati di riferimento per dare voce a tutte le componenti di soluzioni integrate in grado di soddisfare qualsiasi necessità del cliente. La mostra offrirà infatti il meglio dell'innovazione per printing, converting e finishing rivolte a tutti i segmenti dell'industria, dalla grafica al commerciale, dal packaging, all'industriale. Tre le parole chiave che identificheranno l'edizione 2025: Convergenza, Esperienza e Networking. La Convergenza è quella tra le diverse applicazioni di stampa, che si intersecano per creare nuove soluzioni e nuove opportunità di *business*, ma anche quella tra tecnologie e nuove tecniche. Esperienza perché, in particolare attraverso l'offerta espositiva e le aree tematiche dedicate a particolari segmenti di mercato, si potrà non solo avvicinare nuovi temi, ma anche confrontarsi sulle grandi sfide del settore, in particolare modo su come essere sostenibili ed efficienti nei processi produttivi e nell'offerta al mercato. Infine, il Networking, perché la fiera è momento di business, ma anche di incontro e confronto con settori sinergici, elemento garantito sia dal format di Print4all, che si propone di accogliere in un solo momento tutta la filiera (produttori, stampatori, agenzie di comunicazione/*designer*, *brand*), che dalla rinnovata appartenenza a The Innovation Alliance, che vede svolgersi in contemporanea a Print4All, Ipack-Ima, Green Plast e Intralogistica Italia, quattro fiere che insieme rappresentano l'eccellenza della meccanica strumentale.

print4all.it

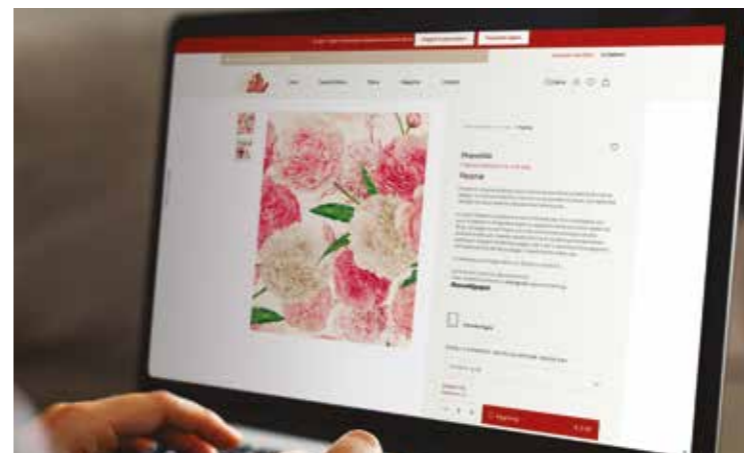


Da sinistra: E. Elmi, A. Vincenzi, G. Tescaroli, C. Giovanardi, F. Elmi, D. Faoro.



L'E-COMMERCE TASSOTTI SI RINNOVA E RICEVE IL PREMIO KENTICO SITE OF THE YEAR 2023 DI CATEGORIA

Esperienza utente ottimizzata, personalizzazione del processo di acquisto differenziata per ogni utente e work flow automatizzati le caratteristiche vincenti. Un materiale eterno, ricco di storia, che proprio per questo non passa mai di moda: la carta decorativa di qualità. Un'azienda che affonda le proprie radici nella lunga tradizione della Stamperia Remondini, capace di rinnovarsi per soddisfare le esigenze di un mercato in continua evoluzione: Grafiche Tassotti. Un connubio unico e originale, quello tra la ricerca di emozioni e sensazioni autentiche che solo la carta riesce a trasmettere e l'era della tecnologia e dei *device*, del sempre presenti e connessi. È in questo percorso di contaminazione e innovazione che si iscrive la vittoria di Tassotti del *Site of The Year 2023* nella categoria Commerce: il più alto riconoscimento per la creazione di progetti di *digital experience*, rilasciato da Kentico - tra i principali marchi globali nello sviluppo di esperienze digitali di ultima generazione. La nuova versione dell'*e-commerce* Tassotti, recentemente sviluppata dall'agenzia Exetera - Thinking Digital, si è distinta per l'eccellenza nella creatività, nella modellazione dei contenuti e nell'utilizzo intelligente delle tecnologie di automation e AI. L'intero progetto web è stato ridisegnato con un'interfaccia utente rinnovata e coerente con l'identità di *brand*. Ora l'*e-commerce* Tassotti si presenta come uno strumento utile di relazione diretta con i clienti, che integra



EDITORIALE DELFINO SCOMMETTE SUI PAGAMENTI IN PICCOLE RATE

La soluzione di pagamento rateizzate e disponibile sui nostri siti per l'acquisto di libri, in formato cartaceo o sfogliabile, e per gli abbonamenti alle Riviste. Editoriale Delfino ha sottoscritto l'accordo con PayPal, per includere la soluzione di pagamento rateizzato in tre rate per importi superiori a 30 euro. Da oggi potrete decidere se pagare quanto acquistato in un'unica soluzione oppure se dilazionarlo a zero interessi, dividendo l'importo nel tempo.

editorialedelfino.it

tutti i canali di vendita, facilmente fruibile da utenti B2C e B2B con un servizio altamente personalizzato (rivenditori e agenti, ad esempio, possono gestire gli ordini di materiale in totale autonomia). Inoltre, sono state implementate alcune funzionalità che dialogano direttamente con il gestionale interno per ottimizzare il *work flow* e ridurre tempi e costi di gestione degli ordini. L'intero processo di acquisto, fino alle modalità di pagamento, si modula di volta in volta su ogni singolo visitatore, che in questo modo può godere di una *user experience* personalizzata e avere accesso a informazioni costantemente aggiornate sulle caratteristiche e sulle disponibilità dei prodotti. Lo confermano i numerosi *feedback* positivi ricevuti sia da clienti business che da utenti finali, in Italia e all'estero.

tassotti.it

HSM®

Distruggidocumenti sostenibili ed eccellenti

Distruggi i documenti confidenziali ed i supporti dati in conformità al GDPR.

green choice product warranty Made in Germany

www.hsm.eu



NUOVE NOMINE IN SPIN MASTER

Edgardo Di Meo, già Direttore Marketing, è stato nominato Senior Marketing Director di Spin Master Italia e Grecia, filiali della multinazionale canadese Spin Master proprietaria di pluripremiati brand come RisiKo!, Scarabeo, Paw Patrol, Rubik's, Cool Maker, Kinetic Sand e Meccano. Il suo ruolo si amplia anche alla leadership e alla rappresentanza dell'ufficio italiano. Michele Marziliano, già Sales Manager per il Normal Trade, è stato nominato Sales Director Italia e Grecia. Le nuove nomine, che faranno capo direttamente a Guillaume Mamez, General Manager South Europe, rientrano in una strategia di rafforzamento e consolidamento del giovane team italiano a riconoscimento degli ottimi risultati conseguiti e con l'obiettivo di potenziare ulteriormente la presenza e il ruolo strategico di Spin Master nel mercato italiano, in cui ha registrato una crescita del



+11% nel 2022 e del +25,8% YTD Marzo 2023 e in quello greco. Dopo la laurea in Marketing Management alla Bocconi e l'esperienza in Mattel Italia come Brand Manager Barbie, Edgardo Di Meo è arrivato in Spin Master Italia nel 2011 ricoprendo il ruolo di Senior Brand Manager fino al 2013, quello di Marketing Manager fino al 2017 e di Direttore Marketing Italia e Grecia fino al 2023, curando tutti i core brands dell'azienda, dalla property di successo mondiale Paw Patrol alle activities Kinetic Sand e Cool Maker, dai tech toy di grande successo Hatchimals e Purse Pets ai giochi in scatola cult RisiKo! e Scarabeo fino a Rubik's, l'originale cubo di Rubik's, e le grandi licenze globali come DC / Batman, Wizarding World / Harry Potter e Gabby's DollHouse. Arrivato in Spin Master nel 2018, dopo un'esperienza di 5 anni in Clementoni dove ha curato l'apertura e il consolidamento della filiale inglese dell'azienda a Londra, per poi tornare in Italia come Area Manager Nord, Michele Marziliano acquisisce la carica di Direttore Vendite dopo aver ricoperto quella di Sales Manager per il Normal Trade. Attraverso il suo team, si occuperà di sviluppare ulteriormente la presenza di Spin Master nel mercato italiano e in quello greco, lavorando su tutti i canali distributivi, dal Normal Trade alla GDO agli NT Specialist.

spinmaster.com

RUBIK'S PREMIATO COME MIGLIOR GAME 2023, A QUASI CINQUANT'ANNI DI STORIA

Rubik's, l'unico cubo di Rubik originale, vince il premio come Miglior gioco da tavolo e puzzle ai Giochi per sempre AWARDS 2023, riconoscimenti noti fino a questa edizione come i Toys Awards, che si sono tenuti nel contesto dell'evento Toys Milano 2023 e hanno premiato le aziende e i prodotti che si sono distinti nel corso dell'ultimo anno per creatività, sensibilità ed efficienza. Il premio è stato ritirato da Edgardo Di Meo, Senior Marketing Director di Spin Master, azienda leader nel settore toys & entertainment a livello globale e proprietaria del brand Rubik's. A quasi cinquant'anni dalla sua invenzione, avvenuta nel 1974 per mano del professore



re di architettura e scultore ungherese Ernő Rubik, il celebre poliedro conferma così il suo appeal senza tempo che gli ha permesso di conquistare, grazie alla sua affascinante complessità e al suo design iconico, un suo insostituibile spazio nella cultura pop internazionale e intergenerazionale, appassionando milioni di persone in tutto il mondo. Vera e propria icona pop negli anni '80, oggi Rubik's - il gioco più venduto al mondo - è diventato un cult anche per le nuove generazioni Z e Alpha che si sfidano sui social in challenge da milioni di visualizzazioni, rendendolo uno dei giochi più virali su YouTube, Tik Tok e Twitch. La giovane star di TikTok e speedcuber dei record Carolina Guidetti, brand ambassador di Rubik's, è nota per i suoi video in cui si mette alla prova in sfide sempre più complesse, risolvendo il gioco con gli occhi bendati, mentre fa ginnastica o addirittura mentre gioca ai videogames, mentre l'artista Giovanni Contardi, ha raggiunto la fama internazionale per le sue opere d'arte realizzate con il cubo, apprezzate da celebrità come Will Smith, Cara Delevingne, Kevin Hart e The Rock. Inoltre, proprio grazie ai numerosi video tutorial su YouTube che spiegano alle menti curiose di tutto il mondo metodi sempre nuovi per risolvere le infinite sfide offerte dal cubo, negli ultimi anni sono tornate in voga le gare di speedcubing, le seguitissime competizioni internazionali annuali organizzate dal World Cube Association e di cui Spin Master è partner ufficiale.

"UNA PARTITA DI RISIKO! AI CONFINI DEL MONDO" VINCE DUE VOLTE L'ORO AI BC&E AWARDS

Ginger Media, digital marketing agency parte della Innovation Company Smiling, e Spin Master, multinazionale canadese leader nel settore del giocattolo e dell'entertainment, annunciano che la campagna Una partita di RisiKo! ai confini del mondo, realizzata da Ginger Media per Spin Master, si è aggiudicata l'Oro nella categoria Influencer Marketing ed il Grand Prix come miglior campagna dell'anno durante l'ottava edizione dei BC&E Awards, festival dedicato ai progetti e contenuti editoriali di intrattenimento, informazione o educazione, al fine di comunicare i valori di marca. Ginger Media ha anche ottenuto un Argento nella categoria Best Agency e Spin Master un Argento nella categoria Best Brand. La campagna, durata da ottobre a dicembre 2022, è consistita in una serie di attività online ed offline con protagonisti cinque influencer a cui è stato affiancato lo sviluppo di uno storytelling social che ha generato organicamente più di 4 milioni di impression e il 4% di engagement rate. A rendere speciale il progetto, è stato un avventuroso viaggio in Antartide dove si è disputata la prima partita di RisiKo! tra i ghiacci. L'idea creativa al centro della campagna è una sfida: l'amicizia può sopravvivere a una partita di RisiKo!? Hanno risposto alla chiamata, due gruppi di influencer che hanno messo alla prova la loro amicizia a suon di partite, lanciando la sfida anche al proprio pubblico! Il progetto si è sviluppato in 4 fasi: durante la Fase 1 i primi influencer si sono sfidati in un'avvincente partita di RisiKo! live su Twitch, passando poi il testimone al secondo gruppo. La Fase 2 è stata un'epica sfida tra due amici ai confini del mondo: la prima partita di RisiKo! in Antartide. Il suggestivo viaggio è stato raccontato e condiviso passo passo sui canali social (Instagram, TIKTOK e YouTube) attraverso uno storytelling autentico e coinvolgente. Durante la Fase 3, i due gruppi di influencer si sono scontrati nella partita finale su una plancia di RisiKo! gigante che dominava lo stand di Spin Master alla Milano Games Week 2022. Nella Fase 4 è stato il pubblico a



mettersi in gioco. In premio, ai vincitori del torneo, il primo NFT di RisiKo! realizzato da Smiling.

spinmaster.com

PROSEGUE LA COLLABORAZIONE TRA F.I.L.A. FABBRICA ITALIANA LAPIS ED AFFINI E LA BIENNALE DI VENEZIA

Continua la collaborazione tra F.I.L.A. e La Biennale di Venezia, una delle istituzioni culturali più prestigiose del mondo. La collaborazione si sostanzia nel progetto Educational de La Biennale per la 18. Mostra Internazionale di Architettura che attraverso percorsi guidati, attività laboratoriali e iniziative interattive si prefigge l'ambizioso obiettivo di valorizzare la conoscenza del percorso culturale, artistico e creativo di bambini e ragazzi attraverso il loro coinvolgimento attivo. Una proposta pensata per le giovani generazioni in cui scuola e famiglia giocano un ruolo determinante. Un impegno condiviso da F.I.L.A. che da sempre è al fianco di tutti coloro che desiderano esprimersi attraverso la propria creatività, con un'attenzione particolare ai più piccoli. Quest'anno, la presenza di F.I.L.A. è firmata da Tratto Pen - l'iconica penna pennarello vincitrice nel 1979 del Compasso d'Oro - Penna Ufficiale delle attività Educational della Biennale Architettura 2023. Un prodotto particolarmente amato da architetti e designer per il suo segno unico e inconfondibile. Tratto Pen è pensata per una scrittura con partenza immediata, senza interruzioni, dai colori intensi (oggi la gamma ne include 30) e decisi che non passano attraverso la carta. Il suo design è caratterizzato da un elemento distintivo: il cappuccio, originale nella forma, ergonomico, con piccoli dentini che ne impediscono il rotolamento. Da oltre 40 anni, l'incontro perfetto tra design, made in Italy, innovazione, tecnologia e funzionalità. Alla portata di tutti. Inoltre,

i materiali creativi (colori, pastelli, paste per modellare, carte) messi a disposizione dall'azienda accompagneranno bambini e ragazzi nelle attività laboratoriali sviluppate da Biennale Educational per tradurre e dare forma a quanto visto e vissuto in Mostra. L'esposizione - curata dall'architetta di origine africana Lesley Lokko - sarà aperta dal 20 maggio al 26 novembre ai Giardini, all'Arsenale e a Forte Marghera. The Laboratory of the Future è il titolo della mostra che assume come suo gesto essenziale il concetto di cambiamento. Per la prima volta i riflettori sono puntati sull'Africa, sulla sua cultura fluida che oggi abbraccia il mondo. Un percorso che non vuole essere una storia unica, ma un insieme di racconti in grado di riflettere lo splendido caleidoscopio di idee, contesti, aspirazioni e significati che ogni voce esprime in risposta ai problemi del proprio tempo. La mostra è divisa in sei parti e comprende 89 partecipanti, di cui oltre la metà provenienti dall'Africa o dalla diaspora africana. Al cuore di ogni progetto c'è l'immaginazione. Perché, come segnalato dalla curatrice, è impossibile costruire un mondo migliore se prima non lo si immagina. Un'affermazione particolarmente cara a FILA che ha fatto dell'immaginazione e della creatività (e anche della multiculturalità) i principi fondanti della sua missione aziendale espressi nel claim Coloriamo il futuro. Dal 1920.

fila.it

