

McCann Italia e L'Oréal festeggiano 50 anni di collaborazione

p.19

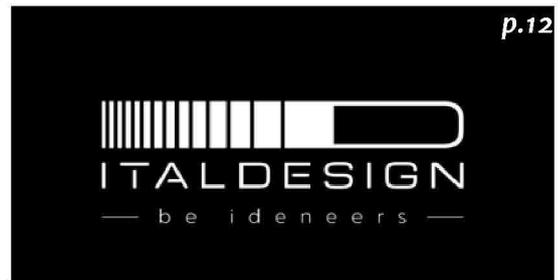


p.2

LA BATTAGLIA A COLPI DI IDEE

HA FATTO IL SUO ESORDIO IL MICIAL CREATIVE FIGHT

L'iniziativa promossa dalla content factory fondata da Maccio Capatonda si è tenuta nella giornata di ieri a Milano



p.12

UTILIZZATA LA METODOLOGIA DISRUPTION X

TBWA\ITALIA FIRMA NUOVO LOGO E PAYOFF PER ITALDESIGN

L'agenzia ha vinto la gara per il posizionamento internazionale e la brand identity dell'azienda di design, ingegneria, produzione e tecnologia

ALL'INTERNO

p.5

DLV BBDO: Scalona e Casarini Direttori Creativi

p.9

Dyson debutta sul palco di Sanremo 2023

p.17

Lavazza Qualità Rossa lancia "L'Italia che vorrei"

p.18

Festina presidia il cinema nel 2023 con Rai Pubblicità



DICEMBRE - GENNAIO

DISPONIBILE TOUCHPOINT MAGAZINE IN FORMATO DIGITALE

Su questo numero Focus sul Made in Italy e Speciale Touchpoint Awards Strategy. Malfy protagonista della nostra storia di copertina



IL TÈ DELLE CINQUE SU OLTRELAMEDIA.TV

L'APPROCCIO DATA DRIVEN PER LA TRASFORMAZIONE

Ospite Marina Fedrighelli, Country Manager di Beintoo Italia. Lunedì 30 gennaio appuntamento con Stefano Gangli di Signed

LAVAZZA QUALITÀ ROSSA LANCIA “L'ITALIA CHE VORREI” CON MARRACASH, LEVANTE ED ELODIE

Lavazza presenta il nuovo progetto “L'Italia che vorrei” con cui torna a celebrare il Paese in cui viviamo e il futuro che sogniamo per le prossime generazioni.

Lavazza Qualità Rossa, la miscela che da oltre 50 anni è protagonista di quel momento quotidiano di piacere che scandisce la vita degli italiani, sceglie tre artisti che parlano al cuore dei giovani, incarnando desideri, ambizioni e passioni di tutti gli italiani, per mostrare i valori di un'Italia in continua evoluzione.

Marracash, Levante ed Elodie sono chiamati a immaginare “L'Italia che vorrei”, un racconto condiviso di un'Italia equa, giusta e libera in cui far vivere le generazioni future. I tre talent firmano l'edizione limitata dell'iconica miscela, ribadendo i messaggi di cui si fanno portavoce insieme al brand. Il prodotto, nella sua edizione limitata, disponibile per il consumo domestico in caffè macinato, grani e nelle capsule espresso **Lavazza A Modo Mio**, si apre attraverso la piattaforma dedicata a un dialogo diretto con il consumatore, dando la possibilità grazie a un concorso di assistere live o in streaming



alle esibizioni di Marracash, Levante ed Elodie, tre appuntamenti previsti per l'estate 2023 in tre città italiane e dedicati esclusivamente ai fan di Qualità Rossa. Inoltre, in linea con valori e messaggi di Qualità Rossa, la collaborazione tra Lavazza e **Save the Children** ha dato vita a un impegno concreto rivolto ai ragazzi e alle ragazze di **CivicoZero**: la creazione di una “Basement Room” nella sede di Roma dedicata alla realizzazione di podcast, dove gli adolescenti stranieri che frequentano il centro possono esprimersi, acquisire sicurezza in loro stessi, e avere

a disposizione gli strumenti per trovare il loro posto in un'Italia equa, giusta e libera. Infine il brand, partner di **Fantasanremo**, ha creato la lega Lavazza Qualità Rossa per coinvolgere gli utenti nella sfida del Festival.

IL 25 GENNAIO UNO SHOW COOKING DI CHEF MANCINI, DA UN PROGETTO DI FANTASY COMMUNICATION

ANCHE IN CUCINA È ORA DI INSEGNARE (E IMPARARE) LA SOSTENIBILITÀ

Lo Chef **Raffaele Mancini**, fedele alla tradizione della cucina mediterranea con un occhio alle nuove tendenze, rispettoso delle materie prime stagionali e tra i primi Ambassador del progetto “**A Lezione di Sostenibilità**”, è stato il protagonista di uno show cooking, a sostegno del progetto stesso, che si è tenuto presso la Scuola Cucina In Milano. Attraverso 2 ricette da lui ideate e realizzate, ha illustrato concretamente come sia oggi sempre di più indispensabile avere un comportamento sostenibile anche in



©PH. VGIANNELLA

cucina utilizzando, in questo caso, avanzi di pane, panettone e pandoro, tipici dolci del Nord Italia, del periodo natalizio. “**A Lezione di Sostenibilità**” è un progetto di comunicazione che si rivolge alle principali scuole di cucina amatoriali e professionali in Italia e vuole dare il proprio contributo nel diffondere una cultura di vita eco-sostenibile in cucina. **Fantasy Communication**, che da anni attraverso la sua rivista *Frigo* collabora con la rete delle principali Scuole di cucina amatoriali e professionali in Italia, ha ideato questo progetto di condivisione, comunicazione e creazione di un network tra differenti stakeholder, che si appoggia al sito web www.alezionedisostenibilita.it. Il passo successivo per le Scuole di Cucina o gli Chef che hanno sottoscritto il Manifesto sarà quello di diventare Ambassador dell'iniziativa ideando una propria ricetta che rispetti le regole e i valori della sostenibilità. La ricetta, firmata, entrerà a far parte del ricettario “didattico”, condiviso sul sito web, a disposizione di

tutti. Le aziende diventano partner dell'iniziativa dopo aver sottoscritto il Manifesto così da entrare in un network a livello nazionale che mette in comunicazione produttori, divulgatori e fruitori, dove ognuno può conoscere e farsi conoscere. Il sito www.alezionedisostenibilita.it diventa una vetrina e insieme un luogo di scambio di informazioni, suggerimenti, consigli, vantaggi e opportunità.