

MICROSOFT È IL POSTO DOVE SI LAVORA MEGLIO IN EUROPA

Great Place to Work ha presentato la classifica europea dei migliori posti di lavoro per il 2014: Microsoft ha conquistato il primo posto nella categoria delle Multinazionali. Tra i fattori di successo, la scelta operata da Microsoft di offrire a tutti, grazie alla tecnologia, una nuova organizzazione del lavoro, più flessibile e attenta alle esigenze e alle responsabilità dei singoli, lasciando ai collaboratori la possibilità di lavorare ovunque si trovino, con tempi che favoriscono la conciliazione tra impegni professionali e vita privata. Ulteriore elemento distintivo di Microsoft è la percentuale di donne in posizioni manageriali e l'Italia è uno dei Paesi che contribuisce maggiormente a tale risultato, con il 50% del leadership team al femminile. Microsoft si è aggiudicata inoltre un nuovo premio per il coinvolgimento fattivo delle comunità locali.



Il Gruppo Sisal presenta la sua prima campagna istituzionale, concepita per condividere il percorso e l'impegno di un marchio che dal 1946 accompagna il tempo libero degli italiani. La campagna è declinata sui principali media stampa, web e affissioni, con una ambient domination negli aeroporti di Linate e Fiumicino. La creatività è stata ideata dall'agenzia Leo Burnett e la pianificazione media è coordinata da OMD.

Sabrina Trombetti Country General Manager Italia del Gruppo Homedics. Classe 1968, milanese, il nuovo Country General Manager del Gruppo HoMedics Italia, azienda leader nel settore del benessere domestico, assume l'incarico da maggio 2014 e subentra a Stefano Godio. Trombetti si occuperà delle strategie del Gruppo e di tutti i marchi che ne fanno parte: HoMedics, Salter, The House of Marley e JAM.

Reteconomy, la nuova visione dell'economia. Raccontare con il linguaggio delle immagini il Paese che lavora e che produce e aiutarlo a crescere e a guardare al futuro. È la mission di Reteconomy, la nuova piattaforma multicanale di informazione economica ideata per dare voce a imprenditori, professionisti, manager. Disponibile su Sky canale 816, internet (www.reteconomy.it) e YouTube, Reteconomy è una televisione progettata come una piattaforma multichannel che punta anche sulla presenza social (Facebook, Google+, Twitter e LinkedIn) e sulla fruizione in mobilità (smartphone e tablet). A produrre i contenuti video originali è una redazione diretta da Elisa Padoan, che si avvale della collaborazione di autori tra i quali Andrea Giuricin dell'Istituto Bruno Leoni, Giovanni Iozzia, già direttore di *Capital* e di *Panorama Economy* e oggi direttore di *EconomyUp*, Francesco Specchia, firma del quotidiano *Libero*, e Marco Gatti, ex direttore del mensile *Esposizione*.

Sono 30 milioni le pagine attive su Facebook di Piccole Imprese che operano in tutto il mondo, due terzi delle quali gestiscono la propria presenza sul social network direttamente da dispositivi mobili. I dati,

annunciati dal social network stesso, confermano la sempre più forte attenzione da parte delle imprese anche di piccole dimensioni dell'importanza della piattaforma come strumento di business e del mobile come modalità efficace per gestire iniziative di marketing. Dei 30 milioni, 19, ovvero i due terzi, gestiscono contenuti e interazioni direttamente da mobile.

A fronte di una crescita continua e di clienti consolidati, l'agenzia Disko decide di entrare nel mercato italiano, con l'apertura di una sede a Milano da gennaio 2014. Non è l'unica sede internazionale per l'agenzia che, dall'inizio dell'anno, ha avviato la propria attività anche a San Francisco e Barcellona. Disko accompagna già clienti internazionali che hanno bisogno di una presenza in Italia, migliorando le performance delle attività sui social media e, in generale, della loro presenza digitale.

È un restyling globale quello del Gruppo Next, da oggi Next Group - One hub. More ideas: un soggetto da 40 milioni di fatturato, oltre 120 professionisti, equamente suddivisi tra le due sedi di Roma e Milano, e una presenza quasi trentennale nelle filiere degli eventi, dei viaggi, della promozione e della comunicazione grazie all'attività di quattro agenzie: Next, B2U, Staff Italia e See Italia & Contact. Il rinnovamento si esprime tanto nella struttura quanto nell'immagine del Gruppo, riorganizzato in quattro nuove unità di business all'insegna dell'integrazione e razionalizzazione delle risorse e dell'efficienza produttiva: The Next World, l'area dedicata a travel, eventi e convention, The Next Event, specializzata nella comunicazione per gli eventi, The Next Solution, riferimento per la promo-incentivazione, e The Next Italia, il DMC del Gruppo. A compimento del rebranding, anche un nuovo dominio per un sito di Gruppo che ne rifletterà i cambiamenti: www.nextgroup.eu.

IAB Italia annuncia l'avvio di una partnership con gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. La collaborazione si basa su una convergenza di obiettivi e di intenzioni, che ha condotto le due realtà a impegnarsi nel mettere a fattor co-

mune il patrimonio di dati, metodologie di rilevazione, competenze verticali, conoscenza e visione del mercato, per arrivare a offrire una misurazione unica e un'analisi omogenea dell'evoluzione e dei fenomeni emergenti. L'iniziativa si inserisce nel quadro delle priorità definite dal Direttivo di IAB Italia, presieduto da Carlo Noseda, nell'ordine di sostenere sempre più concretamente la crescita del digitale in Italia.

Marianna Bennici entra nel team marketing Theatrical di Koch Media Italia con il ruolo di Theatrical Marketing & Promotion Coordinator. Il nuovo incarico la vede responsabile dell'implementazione delle strategie marketing legate al lancio delle prossime release cinema di Koch Media, della definizione e dello sviluppo di progetti speciali, promozionali e di co-marketing, volti a rafforzare ulteriormente il brand nei confronti dell'utente finale tramite la creazione di sinergie con partner operanti nei diversi settori merceologici.

Il centro di giornalismo di inchiesta IRPI (Investigative Reporting Project Italy) lancia ExpoLeaks www.expoleaks.it, la prima piattaforma web indipendente di whistleblowing anonimo dedicata a raccogliere segnalazioni su episodi di corruzione legati alla realizzazione di Expo 2015. L'iniziativa nasce a seguito dell'ondata di arresti avvenuti a marzo 2014 che ha coinvolto numerose persone del circuito Expo. ExpoLeaks è un progetto che fonde giornalismo e tecnologia per favorire la trasparenza e contrastare la corruzione che danneggia l'imprenditoria onesta e la cosa pubblica.

L'agenzia Armando Testa saluta il ritorno di Nicola Belli, che aveva iniziato la sua carriera proprio nella sede di Milano. Belli entra nel Consiglio d'Amministrazione Armando Testa come 'Consigliere con delega all'innovazione e allo sviluppo e responsabile della sede di Milano', dopo anni di esperienze di successo, prima come CEO in 1861 United (WPP) su clienti acquisiti come Sky, Vodafone, Ikea - tra gli altri - e, sempre in qualità di CEO in DLVBDO (Omnicom), su Sisal, Chebanca, Wall Street English WW, Yamaha Europe e altri.