

RASSEGNA STAMPA

MANIFESTAZIONE AGORA' ON AIR 11-12 GIUGNO 2010
ARSENALE BORBONICO MUSEO DEL MARE PALERMO



La Comunicazione nel Mediterraneo





LA KERMESSE DEL MARKETING

11 - 12 GIUGNO 2010

ARSENALE DI PALERMO

MUSEO DEL MARE

VIA DELL'ARSENALE, 134/142

Venerdì 11 giugno 2010 - ore 17.00

Cerimonia di Ricorrenza dei 25 Anni del Club Dirigenti Marketing
Cerimonia Consegna riconoscimenti "Cavalieri del Marketing"

Sabato 12 giugno 2010

ore 10.00 Convegno

"Nuovo Ruolo delle Associazioni per lo sviluppo del marketing e della pubblicità"

ore 11.30 Tavola Rotonda

"Comunicazione in Formazione - 25 saggi per un social network globale"

ore 16.30 - Convegno

"Il nuovo marketing per una strategia del Mediterraneo"

ore 19.00

XXIII Cerimonia di consegna dei Premi Agora

AVERNA
Il gusto pieno della vita

ALESSI
PANI DI BENE E DI BELLE



AJELLO

DAMIA

GROZZANA

MC

EDJEL

TRISCELE
PUBBLICITÀ MEDITERRANEA

PK
pubblicità e comunicazione

VIVAI GITTO



Economia | 19

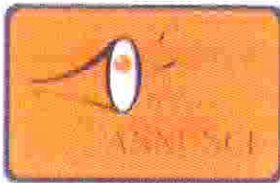
PUBBLICITÀ

Premi Agorà, domani la consegna a Palermo

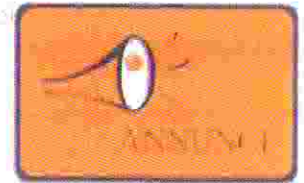
PALERMO

Un'analisi dello scenario del marketing e della comunicazione nei diversi Paesi del bacino del Mediterraneo, la creazione di premesse per un contatto diretto tra le aziende che ricadono in questa vasta area decise ad avviare o a consolidare la loro presenza in altri mercati dello stesso bacino con qualificate organizzazioni locali, in grado di collaborare alla realizzazione delle loro strategie di marketing e comunicazione. Sono gli obiettivi di "Agorà on air", iniziativa progettata dal Club Dirigenti Marketing, in occasione delle celebrazioni dei 25 anni della fondazione e della cerimonia di consegna dei Premi Agorà, giunti alla 23ª edizione. Tavole rotonde, convegni e premiazioni si svolgeranno fra oggi e domani all'Arsenale Borbonico di Palermo.

Oggi alle 19.30 si terrà la cerimonia di consegna dei riconoscimenti a 25 "Cavalieri del marketing", imprenditori e manager che si sono distinti per i risultati di successo, oltre che per il loro impegno sociale. Il clou domani alle 19, la XXIII Cerimonia di consegna dei Premi Agorà d'oro nazionali e regionali alle agenzie di pubblicità e alle aziende loro clienti e dei Premi Agorà d'argento nazionali e regionali.



LEGGI Archivio Area Persone Segue/Tracce/Link e Domande



marketing e comunicazione

comunica per vendere con gli strumenti adatti

www.cinergia.it

Master UPA - Ca' Foscari

Corso in Comunicazione d'Azienda e Marketing. Informati e Iscriviti!

MCA-venezia.eu/Master_Comunicazione

Comunicazione moda

Servizi di pubbliche relazioni ufficio stampa nel settore

YourImageCommunication.it

CRONACA REGIONALE

"Agorà on air". Dal 1996 fotografate 2000 campagne italiane, circa 200 siciliane"

[Leggi anche gli altri articoli di Cronaca Regionale](#)

12 giugno 2010 13:01

PRELIMINARE



[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#) [YouTube](#) [Instagram](#) [Pinterest](#) [Tumblr](#) [Flickr](#) [Vimeo](#) [SoundCloud](#) [Dribbble](#) [Behance](#) [DeviantArt](#) [Foursquare](#) [Last.fm](#) [Spotify](#) [SoundCloud](#) [Dribbble](#) [Behance](#) [DeviantArt](#) [Foursquare](#) [Last.fm](#) [Spotify](#)

[COMMENTA](#)

(di Salvatore Limuti) La comunicazione e l'informazione, unitamente all'innovazione tecnologica, sono i veri fattori strategici del sistema aziendale moderno. Da questo convincimento nasce la motivazione di creare nel 1985 il Club Dirigenti Marketing, convinti che in un'area economicamente arretrata quale è la Sicilia, le poche imprese operanti risultano carenti di interscambi culturali idonei a far lievitare il sistema. Anche le Università poco avevano da prendere e dare a questo sistema. Così una semplice associazione culturale come il CDM poteva venire in soccorso con un piccolo ma significativo contributo alla cultura d'impresa. Da questa stessa gestazione, nasce nel 1986 il Premio Agora, per prendere in esame e valorizzare la comunicazione pubblicitaria siciliana prima dedicata alle agenzie e aziende siciliane e poi una volta superati i complessi di inferiorità con le aziende del nord, accettava un coraggioso confronto aperto a tutte le agenzie e le aziende del nord. Nel tempo si sono poi verificati casi in cui grandi aziende del nord hanno attinto da idee e creatività siciliane applicate a campagne internazionali, è indubbio che la creatività siciliana si è arricchita e nutrita in questi anni grazie a questo difficile confronto. Nel contempo si è compreso come ogni campagna, piccola o grande che sia, ha lasciato un segno che ha modificato i convincimenti valoriali dei siciliani.

marketing e comunicazione

comunica per vendere con gli strumenti adatti

www.cinergia.it

Master UPA - Ca' Foscari

Corso in Comunicazione d'Azienda e Marketing. Informati e Iscriviti!

MCA-venezia.eu/Master_Comunicazione

Buzzway Communication

Marketing non convenzionale Visita il nostro sito

www.buzzway.it

Agenzie Ricerca Personale

Pubblica il tuo annuncio su CliccaLavoro.it

www.cliccalavoro.it/azienda/

Archiviato da Google



[Posts](#) | [Comments](#) | [E-mail](#) /

Tuesday, July 06, 2010

Search in site...

Invia query



Comunicazione istituzionale

- [Home](#)
- [Provincia di Palermo](#)
 - [Balestrate](#)
 - [Partinico](#)
 - [Terrasini](#)
 - [Borgetto](#)
 - [Trappeto](#)
 - [Montelepre](#)
- [Dalla Sicilia](#)
- [Provincia di Trapani](#)
 - [Alcamo](#)
 - [Castellammare](#)
- [Sport](#)

Marketing e comunicazione nel Mediterraneo, a Palermo si consegnano i “Premi Agorà”

Posted by [Riccardo Vescovo](#) on giu 11th, 2010 and filed under [Provincia di Palermo](#). You can follow any responses to this entry through the [RSS 2.0](#). You can leave a response or trackback to this entry

Un'analisi dello scenario del marketing e della comunicazione nei diversi Paesi del bacino del Mediterraneo, la creazione di premesse per un contatto diretto tra le aziende che ricadono in questa vasta area decise ad avviare o a consolidare la loro presenza in altri mercati dello stesso bacino con qualificate organizzazioni locali, in grado di collaborare alla realizzazione delle loro strategie di marketing e comunicazione. Sono gli obiettivi di “Agorà on air”, iniziativa progettata dal Club Dirigenti Marketing, in occasione delle celebrazioni dei 25 anni della fondazione e della cerimonia di consegna dei Premi Agorà, giunti alle ventitreesima edizione.

“Agorà on air” coincide con il 25esimo anniversario del Club Dirigenti Marketing, fondato nel 1985 da un primo gruppo di soci, composto da imprenditori, professionisti del marketing e della comunicazione e agenti media, con l'obiettivo di diffondere la cultura del marketing e della comunicazione attraverso corsi, seminari, convegni, workshop, incontri con manager e professionisti di successo. Tavole rotonde, convegni e premiazioni si svolgeranno fra oggi, venerdì 11 e sabato 12 giugno nell'Arsenale Borbonico di Palermo – Museo del Mare,

“Sono due giorni dedicati al Club Dirigenti marketing, l'associazione che in questi venticinque anni ha svolto un ruolo primario in materia di marketing e pubblicità in Sicilia – spiega Salvatore Limuti, presidente e fondatore del Club Dirigenti Marketing – ma è anche un'occasione di riflessione ampia e profonda su quello che è successo nell'ambito della comunicazione promozionale e pubblicitaria delle aziende nel nostro Paese, ed anche in Sicilia. Con i Premi Agorà, unici in Italia, infine – conclude Limuti – diamo un riconoscimento importante sia alle agenzie di comunicazione, quindi, ai creativi, ma anche alle aziende che hanno commissionato il lavoro”. Nel pomeriggio di domani, sabato 12 giugno, alle 16.30, il convegno: “Il nuovo marketing per una strategia del Mediterraneo”, parteciperanno: Salvatore Limuti, presidente Club dirigenti Marketing; Paolo Duranti, managing

director Southern Europe Nielsen Media; Roberto Lagalla, Magnifico rettore dell'Università di Palermo; Salvatore La Rosa, direttore Isida; Marco Venturi, assessore regionale Attività produttive; Antonino Salerno, presidente Confindustria Palermo; Alessandro Albanese, presidente Consorzio Asi; Mohamed Ben Cheick, presidente Domaine Neferis, Tunisi.

Infine, sabato 12, alle 19, la XXIII Cerimonia di consegna dei Premi Agorà d'oro nazionali e regionali alle agenzie di pubblicità e alle aziende loro clienti e dei Premi Agorà d'argento nazionali e regionali.

Il Premio Agorà per la comunicazione pubblicitaria è assegnato alle agenzie di pubblicità e alle aziende clienti, evento unico nel panorama italiano. Negli anni ha coinvolto oltre mille agenzie italiane.

Di che ti piace questo elemento prima di tutti i tuoi amici.

State / Save

Leave a Reply

Login with Facebook:

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

Invia query

Desideri più clienti?
**“Ecco le 4 chiavi
 del Marketing
 Scientifico”**

SCOPRI ADDESSO - CLICCA QUI

Advertisement www.CorsiMarketing.com

Annucci Google

Recently Commented

- [Balestrate, azzerarsi le indennità o tassa più alta?](#)
[L'amministrazione aumenta la tassa sui rifiuti](#)
- ["Il Comune ostacola il porto di Balestrate"](#)
[Il gestore presenta un ricorso al Tar](#)



“Agorà on air” 2010 Ecco tutti i premi

sabato 12 giugno 2010
18:10

Un'analisi dello scenario del marketing e della comunicazione nei diversi Paesi del bacino del Mediterraneo, la creazione di premesse per un contatto diretto tra le aziende che ricadono in questa vasta area decise ad avviare o a consolidare la loro presenza in altri mercati dello stesso bacino con qualificate organizzazioni locali, in grado di collaborare alla realizzazione delle loro strategie di marketing e comunicazione. Sono gli obiettivi di “Agorà on air”, iniziativa progettata dal Club Dirigenti Marketing, in occasione delle celebrazioni dei 25 anni della fondazione e della cerimonia di consegna dei Premi Agorà, giunti alla ventitreesima edizione.

“Agorà on air” coincide con il 25° anniversario del Club Dirigenti Marketing, fondato nel 1985 da un primo gruppo di soci, composto da imprenditori, professionisti del marketing e della comunicazione e agenti media, con l'obiettivo di diffondere la cultura del marketing e della comunicazione attraverso corsi, seminari, convegni, workshop, incontri con manager e professionisti di successo.

Tavole rotonde, convegni e premiazioni tra l'11, e il 12 giugno nell'Arsenale Borbonico di Palermo – Museo del Mare.

“Sono due giorni dedicati al Club Dirigenti marketing, l'associazione che in questi venticinque anni ha svolto un ruolo primario in materia di marketing e pubblicità in Sicilia – spiega Salvatore Limuti, presidente e fondatore del Club Dirigenti Marketing – ma è anche un'occasione di riflessione ampia e profonda su quello che è successo nell'ambito della comunicazione promozionale e pubblicitaria delle aziende nel nostro Paese, ed anche

in Sicilia. Con i Premi Agorà, unici in Italia, infine – conclude Limuti – diamo un riconoscimento importante sia alle agenzie di comunicazione, quindi, ai creativi, ma anche alle aziende che hanno commissionato il lavoro”.

Ecco i premiati: Giuseppe Toro (AIL Palermo), Giuseppe Benanti (Sifi), Emilio Lombardo (Lombardo Cicli), Rossano Zappalà (Zappala), Francesco Pecorino (Pandittaino), Giuseppe Amato (I Love Sicilia), Luisa Averna (F.lli Averna Spa), Francesco Faranda (Triscele), Edoardo Governale (Fiat Center Palermo), Pietro Muraria (Kemeco), Giuseppe Orobello (Radio Margherita) Emilio Ridolfi (Pellegrino Vini), Vito Michele Zichittella (Zicaffè), Annalisa Spadola (Moak Caffè), Santi Finocchiaro (Dolfin), Giuseppe Condorelli (Condorelli), Arturo Morettino (Caffè Morettino), Manfredi Barbera (Barbera Olio), Salvatore Abate (Gruppo Abate), Antonino Salerno (Salerno Packaging), Antonio Bartoccelli (Graphised), Rino Alessi (Alessi Spa), Daniele Mirri (Damir), Maurizio Scaglione (Manzoni).

L'agenzia **Selection di Milano** conquista il primo posto assoluto di categoria, “Oro nazionale”, della XXXIII edizione del Premio Agorà, per la pubblicità delle chewing-gum Vigorsol Air Action della Perfetti Van Melle, e l'“Argento nazionale” per il migliore spot televisivo, nella categoria prodotti alimentari e dolciari. Due agenzie palermitane, una catanese e una messinese si aggiudicano i premi speciali, “Argento nazionale”. Sono: Urso Pubblicità e Marketing di Palermo, per il migliore “packaging non food” (confezione) della scopa profumata “Ariella”, di Euroscope, Gomez & Mortisia, per la sezione Internet, per il migliore sito internet “I Love Mangio”; Primitif di Catania, che ha conquistato lo stesso premio per la migliore campagna in dialetto, realizzata per il cliente Virauto Spa, per un prodotto della gamma Citroën. A Messina, per il migliore annuncio stampa della categoria servizi, turismo e tempo libero, realizzato per conto di Blu Season, il premio è andato all'agenzia Gianfranco Moraci.it, per il prodotto Hotel El Jebel. Gli argenti regionali, in Sicilia, invece, sono attribuiti: all'agenzia Feedback di Palermo, cliente l'Università degli studi di Palermo, per la migliore affissione relativa ai Corsi di laurea di primo livello e corsi di laurea magistrale ex aequo con l'agenzia Gomez & Mortisia di Palermo, cliente Equalis Italia Srl, per i cibi e le bevande Equalis. Argenti regionali anche a: Sogep di Catania, per il migliore comunicato radio realizzato per Iperfamila Gruppo Abate, per il nuovo Iperfamila; all'agenzia Artebit di Catania, che ha realizzato il migliore annuncio stampa per conto di Cavallotto librerie, premio ex aequo con Gomez & Mortisia di Palermo, che si è invece occupata di Libreria S.F. Flaccovio, per Flaccovio Librerie; infine, Excalibur di Palermo, per la migliore campagna sociale regionale, in favore dell'Ail Associazione Italiana contro le leucemie linfomi e mieloma, prodotto Ail Istituzionale.



"Agorà on air". La missione del Club Dirigenti Marketing

[Torna all'articolo](#)

12 giugno 2010 13:04

(di Salvatore Limuti) Il Club Dirigenti Marketing ha come sua finalità la divulgazione del marketing, sia con attività di formazione, che con attività di promozione in tutti i campi d'applicazione. Nel 1986 ha istituito il Premio Agora, volto a riconoscere e valutare la qualità della comunicazione pubblicitaria.

Sappiamo perfettamente che la valutazione di una campagna pubblicitaria non può certo fare giustizia di tutto il lavoro e la professionalità espresse dall'azienda e molti dei valori di dette campagne non sono percepibili nella immediata fruizione del messaggio pubblicitario. Molti lavori sono infatti destinati a costruire concetti e formare l'immagine consolidata, finalizzata a cementare una relazione fra la marca ed il cliente, nonché una possibile relazione con l'ambiente esterno dell'azienda ed il ritorno dell'investimento è molto differito nel tempo e complesso da quantificare. Sappiamo che la comunicazione è solo uno degli elementi del marketing mix, uno degli elementi strategici che interagiscono per il raggiungimento del successo. Sappiamo che la pubblicità gradualmente va perdendo sempre più una parte del suo effetto di affabulatore e che sempre più il consumatore moderno, ormai abituato alla crescente multimedialità è meno pavloviano e più cartesiano, alla ricerca di un ruolo proattivo con i segnali della marca. Si pensi anche a come si è sviluppato negli ultimi anni il fenomeno del nomadismo elitario del consumatore. Fenomeno per il quale il soggetto non è più portato a vivere la ricerca del migliore acquisto come sconfitta economico-sociale per la difesa del proprio potere d'acquisto. Mai come ora si era verificato il fenomeno inverso, proprio del nomadismo elitario del consumatore, inteso come volontà di autoaffermazione della capacità di ridefinire la gerarchia dei valori, selezionando o neutralizzando i messaggi e poi riconoscendo i prodotti utili a risolvere i reali bisogni così autonomamente ridefiniti. Osserviamo il graduale passaggio dalla rassegnazione alla spiegazione della validità di acquistare un prodotto made in Cina, purché corrispondente alle proprie aspettative. Pensiamo ancora al grande sviluppo degli acquisti telematici che sono sempre più diffusi, passando da quelli tecnologici, agli amatoriali, a quelli della moda.

E infine consideriamo tutti i settori ad alto contributo tecnologico o alle attività produttive industriali rivolte ad altre aziende, se non al committente pubblico. Solo una parte di tutti questi aspetti implica l'utilizzo della comunicazione pubblicitaria. Ecco perché nostro il Club che per definizione si occupa di promuovere tutto il marketing, non poteva confinarsi in un'area così ristretta, seppur affascinante, quale la pubblicità. Spero che queste riflessioni trovino una piccola e coerente risposta in questa nuova iniziativa del Club che inauguriamo oggi, qui in vostra presenza. Viene istituito un riconoscimento a quegli imprenditori e manager siciliani che negli anni hanno determinato il successo della propria azienda, con un'insieme di fattori strategici contenenti valenze di intuizione, studi, capacità di assumersi

rischi, con soluzioni innovative, con un impegno non solo fine alla immediata redditività, ma capace di costruire una buona immagine aziendale e di creare relazioni con i clienti. Premiamo uomini, che si sono mostrati anche sensibili ai problemi dell'ambiente e del rapporto con la società. Premiamo uomini che con il loro impegno ed i risultati ottenuti possono aiutarci ad affermare che anche dalla Sicilia si può, non importa se l'azienda è piccola o grande, purché regga il confronto con le migliori aziende che beneficiano di un'allocazione più favorevole. Perché è vero che la nostra isola passa alla cronaca per aver dato i natali a uomini socialmente nocivi, ma è anche vero che tanti siciliani hanno contribuito allo sviluppo di grandi aziende del nord. Così come è vero che se ci vuol coraggio a lasciare la propria terra per affermarsi professionalmente. Così come è vero che se ci vuol coraggio a lasciare la propria terra per affermarsi professionalmente, è anche vero che ci vuole molto più coraggio a restare e lottare, impegnarsi per affermare la supremazia del buono sul cattivo, del virtuoso sul deleterio. E infine un particolare merito va riconosciuto in chi avendo la fortuna di ricevere dai propri fondatori un'azienda, ha resistito all'idea di passare dalla voglia di fare al facile godimento del privilegio acquisito. E infine un particolare merito va riconosciuto in chi avendo la fortuna di ricevere dai propri fondatori un'azienda, ha resistito all'idea di passare dalla voglia di fare al facile godimento del privilegio acquisito. Per questo, seriamente, ma senza boria, con simpatia e un pò di solennità, abbiamo scelto di assegnare un riconoscimento, coraggioso, in quanto emanazione di un semplice Club con un titolo che coincide con l'acronimo del Club Dirigenti Marketing, cioè: Cavaliere del Marketing.

Per l'individuazione dei requisiti e delle caratteristiche necessarie per l'assegnazione del titolo, abbiamo scelto un percorso di analisi equilibrato, in cui si tenesse conto dei pareri di alcuni saggi del Club che sono stati coinvolti, unitamente ad un metodo collaudato che si utilizza per la reputation value di uomini ed aziende. Una metodologia che si usa per rendere meno rischiosa l'ipotesi di acquisizione, fusione e partnership fra aziende diverse e implicanti travasi di risorse manageriali determinanti il successo. Qui di seguito Giuseppe Siino della Marketing Management, illustrerà il metodo utilizzato, che ha portato alla scelta dei manager da premiare. Dopo di che procederemo ad esporre i profili degli eletti del 2010, con l'auspicio di poter aggiungere altri cavalieri del marketing per i prossimi anni futuri.

Salvatore Limuti

(riservato) = copyright di tutti i diritti. Tutti i contenuti sono proprietà intellettuale di Siciliainformazioni.com

La riproduzione o l'uso non autorizzato di questo sito è vietata. Per informazioni o per richiedere il permesso di riproduzione, contattare l'editore: Siciliainformazioni.com - Via Roma 101 - 90133 Palermo

Prodotto con software Joomla! - Mantenuto da Mario Zuccherini - Il progetto grafico Gomez & Mortini





CERIMONIA A PALERMO. Riconoscimento del Club Dirigenti Marketing alle pubblicità migliori

«Creatività nella comunicazione» Il premio Agorà a 4 agenzie siciliane

PALERMO

*** Creatività nella comunicazione. Quattro agenzie pubblicitarie siciliane hanno ricevuto l'"Argento nazionale" al Premio Agorà per le linee di marketing adottate. La 23esima edizione del riconoscimento, organizzato dal Club Dirigenti Marketing, è stato vinto dall'agenzia Selection di Milano, ma ha visto protagoniste due agenzie palermitane, una catanese e una messinese. Urso Pubblicità e Marketing di Palermo ha ottenuto il premio per il migliore "packaging non food",

confezione di una scopa profumata, mentre Gomez & Mortisia per il migliore sito: "I Love Mangio". Stesso premio, ma per la migliore campagna in dialetto, è stato assegnato alla società Primitif di Catania. Il migliore annuncio stampa proviene da Messina. È relativo alla categoria servizi, turismo e tempo libero ed è realizzato dall'agenzia Gianfranco Moraci.it. Altri premi sono stati assegnati su scala regionale. Gli argententi, in Sicilia, sono attribuiti alla Feedback di Palermo, società premiata per la migliore affissio-

ne relativa alla campagna "My face, my book, my social network", realizzata per promuovere le iscrizioni all'ateneo palermitano per l'anno 2009/2010. A pari merito l'agenzia Gomez & Mortisia, che ha promosso cibi e bevande "Equalis". Argenti regionali anche a: Sogep di Catania per il migliore comunicato radio realizzato per Iperfamila; all'agenzia Artebit di Catania, che ha realizzato il migliore annuncio stampa per conto di Cavalletto librerie, premiato a pari merito con Gomez & Mortisia, che ha curato, invece,

la comunicazione per le librerie Flaccovio; infine, Excalibur di Palermo, per la migliore campagna sociale regionale, in favore dell'Associazione Italiana contro le leucemie linfomi e mielomi (Ail).

La cerimonia di consegna dei premi si è svolta ieri, nell'Arsenale Borbonico - Museo del Mare, a Palermo, nell'ambito di "Agorà on air", i due giorni di seminari convegni e incontri, dedicati a marketing. Riconoscimenti non solo per le aziende, ma anche per i singoli professionisti. Durante la cerimonia sono stati consegnati premi anche a 25 Cavalieri de marketing, imprenditori e manager che si sono distinti per i risultati di successo, oltre che per il loro impegno sociale. ("FIPAS")

XXXIII Edizione Premio Agorà

L'agenzia Selection di Milano conquista il primo posto assoluto di categoria, "Oro nazionale", della XXXIII edizione del Premio Agorà, per la pubblicità delle chewing-gum Vigorsol Air Action della Perfetti Van Melle, e l'"Argento nazionale" per il migliore spot televisivo, nella categoria prodotti alimentari e dolciari.

Due agenzie palermitane, una catanese e una messinese si aggiudicano i premi speciali, "Argento nazionale". Sono: Urso Pubblicità e Marketing di Palermo, per il migliore "packaging non food" (confezione) della scopa profumata "Ariella", di Euroscope, Gomez & Mortisia, per la sezione Internet, per il migliore sito internet "I Love Mangio"; Primitif di Catania, che ha conquistato lo stesso premio per la migliore campagna in dialetto, realizzata per il cliente Virauto Spa, per un prodotto della gamma Citroën. A Messina, per il migliore annuncio stampa della categoria servizi, turismo e tempo libero, realizzato per conto di Blu Season, il premio è andato all'agenzia Gianfranco Moraci.it, per il prodotto Hotel El Jebel.

Gli argenti regionali, in Sicilia, invece, sono attribuiti: all'agenzia Feedback di Palermo, cliente l'Università degli studi di Palermo, per la migliore affissione relativa ai Corsi di laurea di primo livello e corsi di laurea magistrale ex aequo con l'agenzia Gomez & Mortisia di Palermo, cliente Equalis Italia Srl, per i cibi e le bevande Equalis. Argenti regionali anche a: Sogep di Catania, per il migliore comunicato radio realizzato per Iperfamila Gruppo Abate, per il nuovo Iperfamila; all'agenzia Artebit di Catania, che ha realizzato il migliore annuncio stampa per conto di Cavallotto librerie, premio ex aequo con Gomez & Mortisia di Palermo, che si è invece occupata di Libreria S.F. Flaccovio, per Flaccovio Librerie; infine, Excalibur di Palermo, per la migliore campagna sociale regionale, in favore dell'Ail Associazione Italiana contro le leucemie linfomi e mieloma, prodotto Ail Istituzionale.

Il Premio Agorà, organizzato dal Club Dirigenti Marketing, nelle sue varie sezioni, è assegnato alle agenzie di pubblicità e alle aziende clienti, è un evento unico nel panorama italiano e negli anni ha coinvolto oltre mille agenzie italiane.

La cerimonia di consegna si è svolta a Palermo, nell'ambito di "Agorà on air", i due giorni di seminari, convegni e incontri (11-12 giugno), tutti

dedicati al marketing, alla pubblicità e ai creativi, i veri protagonisti del successo delle aziende che intendono promuovere commercialmente e attraverso la pubblicità i loro prodotti.

L'appuntamento costituisce anche l'occasione per fare un'analisi dello scenario del marketing e della comunicazione nei diversi Paesi del bacino del Mediterraneo, la creazione di premesse per un contatto diretto tra le aziende che ricadono in questa vasta area decise ad avviare o a consolidare la loro presenza in altri mercati dello stesso bacino con qualificate organizzazioni locali, in grado di collaborare alla realizzazione delle loro strategie di marketing e comunicazione. Ieri sera, inoltre, si è svolta la consegna dei riconoscimenti "Cavaliere del marketing" a venticinque fra imprenditori e manager che si sono distinti per i risultati di successo, oltre che per il loro impegno sociale.

"E' un premio nazionale dedicato ai creativi, a tutti coloro che in questi hanno svolto un ruolo primario nel marketing e nella pubblicità in Italia - spiega Salvatore Limuti, presidente e fondatore del Club Dirigenti Marketing - ma vogliamo anche fare una riflessione ampia e profonda su quello che è successo nella comunicazione promozionale e pubblicitaria delle aziende nel nostro Paese. I Premi Agorà sono unici nel panorama italiano - conclude Limuti - e se negli anni siamo riusciti a coinvolgere oltre mille agenzie, arrivando a questa ventitreesima edizione significa che questi premi hanno un valore ed un significato importante, in quanto riconoscono il meglio della pubblicità italiana".

I PREMI REGIONE PER REGIONE

Lombardia. L'agenzia Selection di Milano ottiene il primo posto assoluto di categoria, "Oro nazionale", per la pubblicità delle chewing-gum Vigorsol Air Action della Perfetti Van Melle, ma anche l' "Argento nazionale" per il migliore spot televisivo, nella categoria prodotti alimentari e dolciari. All'agenzia Adv Activa di Milano vanno due Argenti nazionali: il primo, per il migliore spot tv della categoria beni strumentali e tecnologie, cliente Fastweb, per il prodotto Offerte Fastweb; il secondo, per il migliore comunicato radio della categoria farmaceutici e medicali, cliente Cibavision, per il prodotto lenti a contatto Focus Daylies. Premi speciali. Argento nazionale per la migliore

XXXIII Edizione Premio Agorà



Comunicazione Integrata all'agenzia Publitrust Srl di Monza, cliente Parigi Industry, per il prodotto Tubazioni Flessibili, ex aequo con l'Agenzia 3design Communication di Milano, cliente Monterosa Spa, per il prodotto Monterosa Ski.

Argento nazionale per il migliore Direct mailing all'agenzia La Fabbrica di Milano, cliente Henkel Italia Div. Cosmetica, per il prodotto Antica Erboristeria Laboratorio Natura percorso Ludico Educativo, ex aequo con un'altra agenzia di Bologna. Argento nazionale per la migliore Comunicazione non convenzionale all'agenzia ADFeR di Milano, cliente Twinings & co., per il prodotto Twinings Thé. Argenti regionali (regioni in cui ricadono le aziende), per la migliore Campagna regionale in Abruzzo all'agenzia Bam! di Milano, cliente BLS - Banca Popolare di Lanciano e Sulmona, per il prodotto Servizi bancari e per la migliore Campagna regionale in Campania all'Agenzia Ofg di Milano, cliente Multicedi, per il prodotto Supermercati Decò.

Piemonte. L'agenzia Creativa di Torino si aggiudica il premio "Argento nazionale", per la migliore affissione della categoria Campagne sociali, realizzata per conto della Soc. Coop.

Com Chiese Valdesi per la promozione delle Chiese Valdesi. Doppio "Argento nazionale", nell'ambito dei premi speciali, per l'agenzia Fore di Torino, che vince per la migliore Immagine coordinata, realizzata per conto di Iveco Spa Direzione Customer service, per il prodotto Buller Trailer Program e, per la migliore Immagine aziendale, prodotta per Alfa Romeo, per lanciare la Nuova Alfa Romeo "Giulietta".

Liguria. L'agenzia Federico Crespi & Associati di Sanremo (Imperia) conquista l'argento regionale del Premio Agorà. Il riconoscimento è attribuito per il migliore annuncio stampa realizzato per il Festival dei fiori, per conto dell'Unione cooperativa floricoltori della Riviera. L'agenzia B&A di Empoli si è aggiudicata il Premio Agorà "Argento nazionale" per il migliore merchandising realizzato per conto di Levis Strauss Italia, per il prodotto Dockers.

Puglia. All'agenzia Studio 9 di Bari va il primo posto assoluto di categoria, "Oro regionale", per la pubblicità sul Servizio civile della Regione Puglia Assessorato alla Trasparenza e Cittadinanza attiva, ma anche

l'"Argento regionale" per la migliore Campagna regionale. Sempre all'agenzia Studio 9 di Bari, il Premio speciale Argento nazionale per la migliore fotografia pubblicitaria, cliente Tecnomar, per il prodotto Tecnomar/Nadara43/Velvet30. Doppio Argento nazionale per l'agenzia Agenzia Red Hot di Foggia, cliente Base Srl, per il prodotto Linea Record Base Protection, per il migliore annuncio stampa della categoria tessile e abbigliamento e con il cliente Bellino Srl, per il prodotto Aste performanti Bellino nella categoria beni strumentali e tecnologie.

Campania. L'agenzia Bva Italia di Castellammare di Stabia, di Biagio Vanacore, va l'argento nazionale, nella categoria "packaging food", per la migliore confezione - "packaging" - realizzata per Lo Sfizio, confezione regalo, per conto de La fabbrica della pasta di Gragnano.

Emilia Romagna. L'agenzia Admcom di Bologna vince il premio speciale "Argento nazionale" - ex aequo con un'agenzia di Torino - per la migliore Immagine coordinata relativa alla promozione della propria azienda. Stesso premio, ex aequo con un'agenzia di Milano, all'agenzia Jack Blutharsky di Bologna per il migliore Direct Mailing realizzato per gli Occhiali di Ottica Avanzi. Doppio "Argento regionale" (Emilia Romagna) all'agenzia Inside BTB di Ferrara per la migliore campagna regionale realizzata per conto di Carife, Cassa di Risparmio di Ferrara, relativa alla pubblicità dei prodotti bancari; per la migliore campagna sociale regionale prodotta per conto della Prefettura di Ferrara per la pubblicità di "Stop alle truffe".