



**Publicità ITALIA
TODAY**
È SFOGLIABILE.
CLICCA IL LINK
NELLA MAIL

[Agenzie] PR Help diventa MY PR. Nuova brand identity firmata Due mani non bastano

Cambio di denominazione per **PR Help**, l'agenzia fondata nel 1997 da **Stefania Mercuri** e **Giorgio Cattaneo** (nella foto), in carica rispettivamente come direttore generale e presidente. Da ieri sera la società, nel cui assetto dal 2000 è entrata anche **Laura Rigodanza** in qualità di amministratore delegato, ha assunto ufficialmente il nome di **MY PR**, scelto a seguito di un'indagine effettuata da **Astra Ricerche** su 33 rappresentanti del mondo d'azienda, solo in minima parte già clienti di PR Help. Una trasformazione, secondo quanto spiegato da Cattaneo, scaturita da una doppia volontà: di caratterizzare la

struttura in maniera univoca nel mercato delle relazioni pubbliche e d'imprimere un deciso impulso alla crescita sul fronte new business, non solo nell'ambito delle multinazionali, ma anche in un mercato foriero di opportunità quale quello delle Pmi. Senza contare che la precedente denominazione, come ha sottolineato **Enrico Finzi**, presidente di Astra Ricerche, non assicurava una soddi-



sfacente awareness alla società milanese, che allo stato attuale conta una ventina di clienti ed è coinvolta in diverse gare. Con la scelta di MY PR, che ha prevalso su sei denominazioni alternative (Sequenze, Mediazione, Cross PR, Key PR, PR Touch e Top PR), l'enfasi cade sulla semplicità: il nome è infatti eufonico, corto, facile da

pronunciare. In particolare, MY evoca personalizzazione del servizio, appropriazione e vicinanza, mentre PR focalizzazione e legittimazione. La nuova identità, completata dal payoff 'Behind Reputation', si traduce in un logo e in un'immagine coordinata studiati dall'agenzia **Due mani non bastano** con l'art direction di **Nicolò Bottarelli**. A gennaio 2009 l'agenzia, che alcuni mesi fa si è spostata in via Ripamonti 137, in un ex opificio di 520 metri quadrati, si presenterà al mercato con direct marketing creativo ed entro il primo quadrimestre attiverà il suo nuovo sito web, che si confermerà uno strumento ricco di servizi e non un puro ambiente vetrina. E' inoltre in programma per l'ultima parte dell'anno venturo una campagna pubblicitaria autopromozionale, per l'ideazione della quale MY PR dovrebbe indire una gara a metà 2009. L'agenzia, che nel 2007 ha fatturato 1,71 milioni (fatturato onorari 1,35 milioni, per una crescita del 48,5% sull'anno precedente) conta 18 addetti tra dipendenti e consulenti (+30% sul 2006) operativi in quattro pratiche: marketing & innovation, brand marketing, ricerca & sviluppo, corporate & finance. Nel portfolio clienti figurano prestigiosi brand e aziende, tra cui Compass, Crocs, Htc, Farmaceutici Dottor Ciccarelli.(L. Br.)

[Adv] Forchets impacchetta la comunicazione di Fnac

Forchets ha ideato per **Fnac** una comunicazione veicolata attraverso le carte regalo Dreamcard, la stampa pianificata sulla free press City e tutto il materiale punto vendita dei sette negozi Fnac in Italia. Centrata su il copy a 'Cambia la filosofia del regalo', la creatività è composta da 2-3 soggetti diversi. Sotto la direzione creativa di **Francesco Montella** e **Alberto Berton**, hanno lavorato al progetto la copy **Hilija Russo**, l'art **Livio Grossi** e l'account **Veronica Misciattelli**.



[Promozioni] MondoParchi apre gratuitamente le porte ai ragazzi fino ai 13 anni

MondoParchi, circuito italiano di **Jakala Marketing Solutions** dedicato al tempo libero della famiglia, garantisce significative opportunità di risparmio: la **MondoParchi FamilyCard** offre ai ragazzi fino a 13 anni l'ingresso gratuito e illimitato per un anno in 1500 strutture, oltre a sconti e agevolazioni. MondoParchi si propone alle aziende come un efficace strumento promo-incentivazionale quando il target a cui ci si rivolge è la famiglia, nonché come apprezzato prodotto per la regalistica di Natale.

