



RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICIO STAMPA GLI INCARICHI DELLA SETTIMANA

• **Il Gruppo Imq sceglie Abg Pr per le attività legate all'ufficio stampa**

Un nuovo cliente è entrato nel roster di Abg Pr, l'agenzia fondata nel 2012 da Alesia Bianchi e Asko Albonico, rispettivamente Presidente e Amministratore Delegato. Si tratta del Gruppo IMQ, società che rappresenta la più importante realtà italiana nel settore della valutazione della conformità (certificazione, prove, verifiche, ispezioni). "È stato un inizio d'anno molto proficuo per l'agenzia - affermano Bianchi e Albonico -. Siamo molto soddisfatti di aver accolto tra i nostri clienti il Gruppo IMQ, e presto ne

annunceremo altri. A gennaio siamo stati coinvolti in molte consultazioni da parte di aziende strutturate e di start up (per la divisione Aki Pr) e siamo riusciti a chiudere contratti con la maggior parte di loro grazie alla qualità dei servizi, alla rapidità di esecuzione e alla presenza costante al fianco dei clienti, i key pillar che ci contraddistinguono e che ci hanno permesso nel tempo di avere un turnover di clienti quasi nullo e di mantenere una crescita media annua del 40%".

• **Nino Franco sceglie Itaca Comunicazione**
Itaca Comunicazione, l'iso-

la felice della comunicazione delle imprese vitivinicole condotta da Simona Pisanello, affiancherà la storica azienda

Nino Franco nell'organizzazione degli eventi e nell'attività di ufficio stampa in occasione del centenario. «Nino Franco è il Prosecco di Valdobbiadene ovvero una forte personalità, grande determinazione, qualità superiore che ricerca e innova in nome di una tradizione continuamente aggiornata - commenta Simona Pisanello, Ceo di Itaca Comunicazione -. Per questo è con orgoglio che annunciamo la rinnovata collaborazione con Nino Franco per una grande festa per i cento anni lungo

un intero anno. Cento magnifici anni di unicità vitivinicola italiana votata al dinamismo e all'innovazione».

• **Urban Sports Club si affida a BPress per il lancio in Italia**

Urban Sports Club, l'app leader in Europa per accedere in modo facile e flessibile a palestre e strutture di fitness, ha scelto di collaborare con l'agenzia milanese BPress per il lancio sul mercato italiano. Il progetto di comunicazione integrata sviluppato dall'agenzia è finalizzato a creare visibilità attorno al nuovo brand e a introdurre gli italiani a un nuovo modo di vivere fitness e sport. Per

Urban Sports Club il team Tech&Lifestyle di BPress svilupperà una campagna di relazioni con media e influencer, oltre a un progetto digital che vedrà protagonisti i social media del brand, il blog e una newsletter.

• **F&P Wine Group affida a Blu Wom la comunicazione di carattere globale**

F&P Wine Group, operante nel settore vino e spumanti di proprietà delle famiglie Ferrari e Perini, ha incaricato da questo mese di marzo l'agenzia Blu Wom Milano di seguire la comunicazione globale del nuovo brand. L'agenzia avrà il compito primario di evidenziare al mercato le singole attività svolte da F&P Wine Group nell'ambi-

to sia del mercato italiano sia estero. "Lavorare globalmente per un marchio leader, sia in Italia che all'estero, nel segmento Vini e Spumanti è per noi una grande opportunità" - commenta Patrizia Fabretti Ceo di Blu Wom Milano.

• **Il colorificio Giuseppe Di Maria sceglie Transmedia Group per le pr Usa**

La società di public relations americana TransMedia Group ha annunciato di essere stata scelta dalla Giuseppe Di Maria (GDM), industria italiana che dal 1925 produce vernici e pitture per l'edilizia, con la mission di curare la propria immagine negli Stati Uniti. Transmedia Group gesti-



rà la comunicazione di brand e prodotti della Giuseppe Di

Maria - GDM negli Stati Uniti. Seguirà, in particolare, il lancio commerciale delle linee Elio Collection, una suite di effetti decorativi di facile applicazione - ideale per il fai-da-te - e Bisaten, che riduce la dispersione termica con conseguente risparmio energetico, oltre a limitare la formazione di condensa e resistere alla muffa. I piani di prevedono il coinvolgimento di testimonial d'eccezione, campagne sulla stampa e sui social media per le già menzionate linee Elio Collection e Bisaten che per prime saranno introdotte nel mercato americano. Previsto anche un calendario di partecipazioni della società italiana presso le più importanti fiere di settore negli Stati Uniti.

ività di ufficio stampa di Orticolario, la rassegna culturale che testimonia e racconta il nuovo rapporto tra uomo e ambiente nello scenario di Villa Erba, a Cernobbio, sul lago di Como. Con un tema e un'essenza botanica a fare da fil rouge ad ogni edizione, Orticolario concepisce la natura come fonte di ispirazione di uno stile di vita che nasce dalla ricerca della convivenza tra l'amore per la natura e la passione per la bellezza e l'eleganza.

• **Obicà ha scelto Theoria per la comunicazione in Italia**

L'agenzia di comunicazione e marketing Theoria è stata scelta da Obicà per le relazioni pubbliche in Italia. Obicà Mozzarella Bar è un consolidato gruppo di 24 ristoranti, dieci dei quali in Italia e 14 all'estero, negli Stati Uniti, Regno Unito e Giappone. Obicà, che in dialetto napoletano significa "eccolo qua", è il brand che ha inventato e proposto per primo in Italia la formula del mozzarella bar con cucina, esportandola poi con successo anche all'estero. Al centro dell'offerta Obicà, la qualità della Mozzarella di Bufala Campana DOP nelle sue diverse declinazioni, in abbinamento ai migliori prodotti della tradizione del Bel Paese in ambienti cosmopoliti dall'atmosfera accogliente e conviviale. Theoria gestirà le relazioni con gli stakeholder del gruppo che conta 600 dipendenti, dei quali 300 in Italia, e realizza un fatturato globale pari a 40 milioni di euro (dati 2018).

• **Orticolario sceglie Itaca Comunicazione**

Sarà Itaca Comunicazione, l'agenzia milanese che da vent'anni promuove a livello internazionale i progetti e le imprese italiane, a curare l'atti-

