

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

MEDUSA INVESTE ONLINE L'8% DEL BUDGET PER IL LANCIO DEL FILM

“Il grande sogno” lanciato in internet



La locandina del nuovo film di Michele Placido; il sito ufficiale è realizzato con Msn

CO-MARKETING CON MSN, BANNER IMPATTATI, PIANIFICATI DA MEDIA ITALIA, CREATIVITÀ DI ADDICTION. IN ARRIVO L'ADV PER “BRÜNO”

LE ULTIME NOVITÀ MONDADORI

Il settimanale Grazie sbarca in Francia, anche in digitale

OLTRE AL CLASSICO CARTACEO DA OGGI SARÀ ONLINE IL SITO E SARÀ DISPONIBILE LA VERSIONE MOBILE

A LUGLIO SI È TENUTA LA PRIMA INIZIATIVA PROMOZIONALE

A ottobre nelle sale “Bastardi Senza Gloria”, in arrivo la campagna online

LA COMUNICAZIONE DELL'ULTIMO FILM DIRETTO DA QUENTIN TARANTINO, NELLE SALE DAL 2 OTTOBRE, È AFFIDATA A XISTER COMMUNICATIONS IN COLLABORAZIONE CON ZEPPELIN GROUP

CONTENUTI

IL WELLNESS NEL CANALE VIAGGI24

Il sole24ore.com inaugura la nuova sezione in collaborazione

WHITE LABEL PARTNERSHIP 4

LOPESAN HOTEL GROUP ENTRA IN EAN

Primo accordo tra la catena alberghiera spagnola ed Expedia Affiliate Network. I clienti possono prenotare pacchetti tramite i siti Lopesanhotels.com e Ifahotels.com

ESTERO 10



vodafone

VODAFONE HA SCELTO OMD PER L'ADV GLOBALE

Il centro media ha vinto un testa a testa con Wpp (dopo che Carat era uscita precedentemente) e gestirà un budget totale internazionale da 800 milioni di sterline

DAILYMEDIA E DAILYNET
TUTTI I GIORNI SUL TUO
COMPUTER SENZA
PROBLEMI DOVUTI
AL PESO DEI DOCUMENTI

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

INIZIATIVA FIRMATA XISTER

Bastardi Senza Gloria in web adv

IN PARTENZA CI SONO NUOVE ATTIVITÀ



In attesa dell'uscita il 2 ottobre, la comunicazione

L'ultima fatica di Quentin Tarantino "Bastardi Senza Gloria" uscirà nelle sale italiane il 2 ottobre, distribuito da Universal Pictures Italia. Il film è ambientato durante la seconda guerra mondiale ed è la storia di un gruppo di soldati ebrei prossimi all'esecuzione comandati dal tenente Aldo Raine (Brad Pitt), quando ottengono invece una chance per salvarsi: riportare con sé cento scalpi nazisti. Intanto sono partite le attività promozionali. Dal 17 al 27 di luglio Xister ha organizzato in partnership con Yahoo! Cinema l'operazione "Bastardi Senza Gloria - Tarantino Q/A Competition". L'iniziativa è stata realizzata con l'obiettivo di focalizzare l'attenzione del pubblico online sull'uscita del nuovo film. A partire dal 17 luglio, e per dieci giorni, la competizione è stata promossa su Yahoo! Cinema. Gli utenti avevano la possibilità di accedere a una landing page personalizzata, vedere il trailer del film, e rispondere a una domanda legata al video. Tra tutti coloro che hanno risposto correttamente è stato estratto un fortunato vincitore che è volato ad Austin, in Texas, per partecipare a un entusiasmante dibattito con Quentin Tarantino e porre al regista una domanda. La competizione è stata supportata da una copertura editoriale e da una campagna adv presente sul portale Yahoo! e su Yahoo! Cinema. Ma si tratta solo delle prime "avvisaglie" di comunicazione: nei prossimi giorni, infatti, dovrebbe partire la campagna promozionale vera e propria, ad ampio raggio e articolata, che accompagnerà gli internauti fino all'uscita della pellicola nelle sale.

Domenico Fabbri

**NON SIAMO PIÙ
QUELLI DI UNA VOLTA
ma molto di più.**

Cult è il canale dove tutto fa cinema.
Il miglior cinema indipendente e internazionale,
serie TV e documentari per una nuova esperienza cinematografica.
Non solo tv, non solo cinema: ma molto di più.

300 ORE DI PRIME VISIONI CULT ALL'ANNO.

200 FILM AL MESE.

200 ORE DI FILM DOC ALL'ANNO.

3 GENERI: CINEMA, DOCUMENTARI, SERIE TV.

CULT
cult-tv.it

SEMPRE PIÙ CINEMA SUL CANALE 319 SOLO SU SKY

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

PER LA PELLICOLA, MEDUSA INVESTE ONLINE L'8% DEL BUDGET PUBBLICITARIO

“Il grande sogno” si realizza anche in internet

CO-MARKETING CON MSN, BANNER PIANIFICATI DA MEDIA ITALIA. IL PROSSIMO LANCIO S

Ha per sfondo la ribellione e la contestazione studentesca che attraversò il nostro Paese nel Sessantotto il film “Il grande sogno”, diretto da Michele Placido e distribuito da Medusa Film. All'epoca Placido poco più che ventenne, era un poliziotto, così come è un agente di polizia protagonista, Riccardo Scamarcio, chiamato dal regista a calarsi in un ruolo per lui autobiografico. Oltre all'idolo delle teenager Scamarcio, spiccano in questa pellicola le presenze di Luca Argentero e Jasmine Trinca, ma emerge anche il progetto promozionale che la casa cinematografica ha organizzato per lanciare il film, in concorso alla 66esima edizione del Festival del Cinema di Venezia. Partner privilegiato della campagna pubblicitaria è Msn, con cui Medusa ha realizzato uno speciale e divertente sito ufficiale della pellicola (<http://ilgrandesogno.msn.it>), epicentro del progetto. L'operazione di co-marketing prosegue poi con interviste esclusive a Scamarcio e Argentero e la presenza di Marina e Pietro, sposati da 5 anni. Cercano una monovolume a GPL.



cazione online, a cui è destinato l'8% del budget investito da Medusa, coinvolge Corriere.it (sponsorizzazione pre-roll), Repubblica.it (half page) Yahoo! (expanding video) e libero.it (slim expanding video). «Ci siamo a dati, dal punto di vista creativo, Met Addiction, mentre la pianificazione è stata curata assieme a Media Italia – prosegue Beniamino Placido -. Inoltre, anche per “Il grande sogno”, abbiamo collaborato con Medusa - clicclick, a conferma della nostra volontà di puntare soprattutto sui giovani per il lancio della pellicola, che si presta molto a questa strategia. La campagna pubblicitaria si focalizza soprattutto nei giorni che precedono e seguono l'uscita del film (prevista per venerdì 11 settembre), anche perché il Festival del Cinema di Venezia sarà una vetrina importantissima per promuoverlo. Nel complesso, il budget di comunicazione sarà decisamente più impegnativo. Si tratta di “Bruno”, un nuovo lavoro di Sacha Baron Cohen, in uscita il 22 ottobre. Per questo lancio abbiamo collaborato con Msn.it (half page e overlayer) e Windows Live Messenger (half page). Oltre al co-marketing, la comuni-

Fabio Costantino

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

AUTO
SCOUT 24

Marina e Pietro, sposati da 5 anni. Cercano una monovolume a GPL.

Marco, 30 anni, sportivo. Cerca una 4x4.

Da più di 10 anni il punto di riferimento per la ricerca di auto online: www.autoscout24.it
 110 milioni di pagine, 2 milioni di utenti unici che navigano per oltre 12 minuti (Fonte: nielsen SiteCensus marzo 2009)

AutoScout24 Italia S.r.l. Via Pordenone 8, 20132 Milano (Italy) - Responsabile Advertising Michele Mango, T. 02 21080829, F. 02 21080837 mmango@autoscout24.it

MASTER24: in aula con gli Esperti del Sole 24 ORE

Master24 Amministrazione, Finanza e Controllo
Master24 Gestione e Strategia d'Impresa
Master24 Marketing e Comunicazione

Il Sole **24 ORE**



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

UNA WHITE LABEL PARTNERSHIP CON LA CATENA ALBERGHIERA SPAGNOLA

Lopesan Hotel Group entra nel circuito Ean

I CLIENTI POSSONO PRENOTARE PACCHETTI ATTRAVERSO I SITI LOPESANHOTELS.COM

Lopesan Hotel Group è la prima catena spagnola di hotel a formare una white label partnership con Expedia Affiliate Network (Ean), che consente ai clienti di prenotare pacchetti dinamici attraverso i suoi siti web

www.lopesanhoteles.com e www.ifahotels.com. La partnership consentirà ai clienti che prenotano le strutture di Lopesan Hotel Group, Canaria, Germania, Austria e nella Repubblica Dominicana. La possibilità di accedere ai pacchetti sarà loro la possibilità di creare propri pacchetti vacanza, e nello stesso momento massimizzare le opportunità di pro



Il sito Lopesanhoteles.com

degli ospiti prenota il soggiorno nei aggiunge: «La Spagna è un mercato nostri hotel come parte di un pacchetto chiave per Ean, siamo pertanto chetto vacanze acquistato tramite i siti di dare il benvenuto a Lopesan un canale distributivo alternativo; Hotel Group nella nostra scuderia era quindi importante per noi trovare di partner. Siamo sempre entusiasti di lavorare con partner motivati clienti direttamente sul nostro sito, e con le idee chiare come Lopesan. È stata una conseguenza naturale di Hotel Group: loro hanno identificato un partner in grado di sviluppare un'area che storicamente impegna a offrire una soluzione white label ai clienti di prenotare attraverso il loro sito e hanno cercato una soluzione che non solo avrebbe permesso di aumentare i clienti, ma avrebbe anche aumentato il fatturato. Abbiamo così costruito per loro una soluzione totalmente focalizzata sulle esigenze dei clienti, facile da implementare e funzionale».

MASTER24: in aula con gli Esperti del Sole 24 ORE



A seguito del successo della terza serie della collana multimediale di MASTER24 la Business School del Sole 24 ORE organizza a Milano e a Roma le nuove edizioni dei master in formula part time in aula rivolte a manager imprenditori e professionisti.



MASTER24 AMMINISTRAZIONE, FINANZA & CONTROLLO
ROMA, DAL 18 SETTEMBRE 2009
2ª edizione



MASTER24 GESTIONE E STRATEGIA D'IMPRESA
ROMA, DAL 23 OTTOBRE 2009
5ª edizione
MILANO, DAL 26 FEBBRAIO 2010
6ª edizione



MASTER24 MARKETING E COMUNICAZIONE
MILANO, DAL 16 OTTOBRE 2009
3ª edizione
ROMA, DAL 22 GENNAIO 2010
4ª edizione



Per conseguire il **Diploma di Master24** è necessario superare i test on line collegati alla collana multimediale, partecipare al percorso formativo in aula e superare le verifiche periodiche. Il Master è a numero chiuso e a frequenza obbligatoria. È possibile accedere a borse di studio e finanziamenti bancari. Per partecipare è necessario inviare la domanda di ammissione.

MASTER24: UN MODELLO FORMATIVO DI SUCCESSO

Oltre 18.000 partecipanti della community on line. Ad oggi 8 aule realizzate con 200 manager e imprenditori che hanno conseguito il diploma di Master24.

MASTER24 FATTI VALERE

Date di selezione e domanda di ammissione www.formazione.ilsole24ore.com/bs

Servizio Clienti
Tel. 02 3022.3811/3906 - Fax 02 3022.4462/2059
e-mail: segreteria.scuola@ilsole24ore.com

Il Sole **24 ORE**

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione
Via Monte Rosa, 91 - Milano
Piazza dell'Indipendenza, 23 - Roma



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

COLLABORAZIONE TRA IL SOLE 24 ORE E ZEPPELIN GROUP

Viaggi24 inaugura la sezione Wellness

GUIDA ALLE SOLUZIONI BENESSERE. PROMOZIONE SUL NETWORK

SPETTACOLO

ONLINE IL SITO DI LIZ FULLER

È online dal 15 luglio <http://wellness.viaggi24.ilssole24ore.com>, la nuova sezione Wellness del canale Viaggi24 del Sole 24 Ore. Nato grazie alla collaborazione con Zeppelin Group, la sezione si propone di essere una guida per gli utenti verso la scelta delle migliori offerte benessere. Semplice nella navigazione e nella ricerca di soluzioni, la sezione raccoglie le proposte wellness di prestigiosi hotel, offrendo la possibilità di scegliere



La nuova area Wellness presente sul canale Viaggi24 del sito Isole24ore.com

re quelle che meglio si adattano a questa partnership - dichiara il network WebSystem ed in parallelo alle esigenze dei visitatori. Attraverso un'attività di marketing di Zeppelin Group - il canale Viaggi24 del Sole 24 Ore, ha saputo per cercare, infatti, è possibile trovare un'utenza fetta che sempre più qualifica le proposte specifiche selezionate per l'offerta di oggi pubblicata e utilizzando la tipologia di trattamento wellness delle nostre strutture per gli utenti si possono concludere d'interesse. A corredo dei contenuti informativi e della ricerca di soluzioni, il mondo internet è editoriale autorevole in modo che il benessere è presente e ha messo a disposizione degli innovativi». Parallelamente alla possibilità di iscriversi alla Newsletter, non sempre risultano utili il lancio della sezione, verrà svelata una pianificazione di ricezione aggiornamenti e Luca Paglicci direttore del WebSystem, divisione digital del Network WebSystem, volte a promuovere l'iniziativa e a darle la propria casella e-mail. «Copo24Ore - Zeppelin, scegliendo maggiore visibilità».

È online il nuovo sito di Liz Fuller, www.lizfuller.com, ora più ricco di notizie, foto, video e gossip. Liz Fuller è una vulcanica presentatrice/attrice televisiva gallese (Bbc, Itv, Itv1 Gales, Sky). Oggi, Liz Fuller presenta il seguitissimo programma televisivo QuizCall su Channel 5 ogni sabato sera. È inoltre testimonial mondiale del dentifricio Pearl Drops e collabora con Fashion Tv. Ha recentemente recitato a Los Angeles, per la parte di Alice nel film fantasy steampunk "The Road to Xibalba". Inoltre, Liz sarà anche protagonista nel film "The Operative: Red Dawn".



Un dettaglio di Lizfuller.com

C'è **un solo modo** per fare Email Marketing



Ogni campagna di Email Marketing è diversa da un'altra. **BusinessFinder** ha la soluzione mirata per la tua.

www.businessfinder.it

Socio IAB Italia
Interactive Advertising Bureau Italia
www.iab.it

STORE & RETAIL MANAGEMENT

Competenze e strumenti innovativi per sviluppare redditività nei punti vendita

MILANO, DAL 14 SETTEMBRE 2009 - 2ª edizione
MASTER DI SPECIALIZZAZIONE IN FORMULA PART TIME
6 sessioni di 2 giorni

Il Sole **24 ORE**

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

I COMMENTI DI VIVIANE REDING - UNIONE EUROPEA, E MARCO POLILLO - AIE

Google Books ottiene consensi, ma con riserva

POLILLO: «INTERESSATI A OGNI INIZIATIVA CHE CONSERVI E VALORIZZI I BENI CULTURALI»

Il commissario europeo Viviane Reding ha dichiarato a favore della iniziativa di Google, che stanno sviluppando nuovi modelli di business in grado di conservare e valorizzare i beni culturali e librari, ma solo se si dichiara a favore della iniziativa nel rispetto del diritto d'autore. Google nella disputa sulla pubblicazione online di milioni di libri al dibattito, schierandosi a favore della iniziativa. «Se si trattasse realmente, come da parte del motore di ricerca, un numero crescente di consumatori vorrebbe avere delle "iniziative nel settore culturale" come quella di Google. L'iniziativa dovrebbe coinvolgere però anche l'Italia, cordiale e rispettosa del diritto d'autore, debbano essere oggetto di riproduzione e messa a disposizione sul web. Questo naturalmente non potrà essere possibile se non nel rispetto dei diritti e con la preventiva ed espressa autorizzazione degli autori ed editori interessati».

Il commissario europeo ha detto che la iniziativa è un progetto importante per il settore culturale e librario, ma solo se si dichiara a favore della iniziativa nel rispetto del diritto d'autore. Google nella disputa sulla pubblicazione online di milioni di libri al dibattito, schierandosi a favore della iniziativa. «Se si trattasse realmente, come da parte del motore di ricerca, un numero crescente di consumatori vorrebbe avere delle "iniziative nel settore culturale" come quella di Google. L'iniziativa dovrebbe coinvolgere però anche l'Italia, cordiale e rispettosa del diritto d'autore, debbano essere oggetto di riproduzione e messa a disposizione sul web. Questo naturalmente non potrà essere possibile se non nel rispetto dei diritti e con la preventiva ed espressa autorizzazione degli autori ed editori interessati».



www.formazione.ilsole24ore.com/bs

FORMAZIONE24ORE
MASTER PART TIME

STORE & RETAIL MANAGEMENT

MASTER DI SPECIALIZZAZIONE IN FORMULA PART TIME, 12 GIORNI NON CONSECUTIVI

Milano, dal 14 settembre 2009 - 2ª edizione

PROGRAMMA

- Nuovi trend e strategie distributive nel retail
- Visual merchandising: come incrementare l'attrattività del punto vendita
- La progettazione del retail concept
- La comunicazione e la promozione del punto vendita
- Gestione e motivazione della forza vendita
- Pianificare, monitorare e sviluppare la rete

DOCENTI E TESTIMONIANZE

Davide Cavalieri
General Manager
Cavalieri Retailing

Raffaella Condina
Fondatore
Condina&Associati

Giorgio Cozzi
Managing Director & Senior Trainer
I.S.O. s.r.l.

Giampietro Dotto
Retail Planning & Management
WR consulting

Alberto Festa
Direttore Marketing
Bulgari

Stefano Greco
Direttore Generale
WR Consulting

Cristina Lazzati
Direttore Responsabile
GDOWEEK
Il Sole 24 ORE Business Media

Paola Mangia
Consulente
WR Consulting

Gianluca Monteleone
Partner
Verto Value Regeneration

Fabrizio Pezzoli
Responsabile Franchising
THUN

Luigi Rubinelli
Direttore Responsabile
MARK UP
Il Sole 24 ORE Business Media

Rita Tilia
Fashion Marketing & Retail Consultant

Marco Turinetto
Docente di Strategie per il Design
e la Moda
Politecnico di Milano

Fabrizio Valente
Partner Fondatore
KikiLab

Con il contributo di:

GDOWEEK

MARK UP

bargiornale

In collaborazione con:

mediaforum

MyMarketing.Net
IL PORTALE DEL MARKETING

BROCHURE E SCHEDA DI ISCRIZIONE: WWW.FORMAZIONE.ILSOLE24ORE.COM/BS

Servizio clienti
Tel. 02 4587.020 - Fax 02 4587.025
info@formazione.ilsole24ore.com

Il Sole **24 ORE**

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione
Via Monte Rosa, 91 - Milano
Piazza dell'Indipendenza, 23 - Roma

ENGLISH24 FOR BUSINESS

Corso di Specializzazione in formula serale

20 incontri non consecutivi **18:30 - 21:30**

MILANO, DAL 14 OTTOBRE 2009 - 1ª edizione
PER MANAGER E PROFESSIONISTI



Il Sole **24 ORE**

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

LANCIO DEL MAGAZINE FEMMINILE

Grazia Francia anche digitale

OLTRE AL SETTIMANALE CARTACEO, SITO E VERSIONE MOBILE

Lancio in grande stile del produrre un'informazione settimanale femminile con il supporto cartaceo, minigrazia (Mondadori) una quotidiana con il sito e una rivista) nella sua edizione francese, "il minuto per minuto" con l'edizione 13esima del settimanale a livello internazionale per i cellulari (con varianti internazionali). «Grazia non deve essere un altro femminile che arriva sul mercato francese - ha detto il presidente di Mondadori France, Ernesto Mauri, alla conferenza stampa di presentazione degli appuntamenti da non mancare, a due passi dagli Champs-Élysées - la nostra ambizione è fare un prodotto nuovo, di nuova generazione». E infatti, Stephan Haitian, direttore editoriale, se ne parla molto - ci sarà il 90% circa di contenuti digitali, avverrà con un media femminile, la cui redazione è composta da una decina di persone.

CONCORSO ITINERANTE PER NOKIA

Concluso il tour di N-Gage

VERSIONE MOBILE ESTIVA PER CIMENTARSI CON I MOBILE

Ultima tappa per l'N-Gage Summer Tour che, viaggiando attraverso le principali località del bel Paese, ha percorso più di 9.000 km. Ad ospitare il grande tour invece si poteva registrarsi su www.n-gage.com. Visitando i principali stand dell'N-Gage Summer Tour si poteva registrare il proprio nome su Nokia Store e conoscere l'applicazione Nokia che offre contenuti multimediali, video, immagini, giochi e servizi di informazione. Inoltre, postazioni download dedicate consentivano di sperimentare in prima persona la piattaforma N-Gage e il mondo gaming Nokia, dando l'opportunità di scaricare gratuitamente alcune demo di giochi N-Gage sul proprio cellulare. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.nokia.it/summertour2009.

www.formazione.ilsole24ore.com/bs

FORMAZIONE24ORE
CORSO DI SPECIALIZZAZIONE

ENGLISH24 FOR BUSINESS

Corso di Specializzazione in formula serale

20 incontri non consecutivi **18:30 - 21:30**

MILANO, DAL 14 OTTOBRE 2009 - 1ª edizione PER MANAGER E PROFESSIONISTI



- > La conoscenza della lingua inglese rappresenta una leva competitiva e distintiva per manager e professionisti che sviluppano relazioni in aziende multinazionali del business all'estero.
 - > **English24 for Business** consente di migliorare le skills di comunicazione e di presentazione scritta e verbale.
 - > La metodologia prevede **sessioni** in aula e a distanza, simulazioni che consentiranno un'applicazione pratica e immediata.
- La docenza è affidata a **consulenti, manager e docenti di madrelingua inglese** che collaborano da anni alle numerose attività editoriali del Sole 24 ORE. È richiesta la conoscenza della lingua inglese.

**20 INCONTRI SERALI
IN AULA SETTIMANALI**

**CORSO MULTIMEDIALE
DI BUSINESS ENGLISH**

**ENGLISH24
IL MAGAZINE MENSILE**

BROCHURE E MODALITÀ DI ISCRIZIONE: WWW.FORMAZIONE.ILSOLE24ORE.COM

Servizio Clienti:
Tel. 02 4587.020 - Fax 02 4587.025
e-mail: info@formazione.ilsole24ore.com

Il Sole **24 ORE**

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione
Via Monte Rosa, 91 - Milano
Piazza dell'Indipendenza, 23 - Roma



BASTA POCO PER CAMBIARE TANTO.

La distrofia muscolare di Duchenne è una grave malattia genetica che colpisce un neonato maschio ogni 3500 e causa una perdita progressiva delle capacità motorie. Il "Centro Dino Ferrari" è da anni impegnato nella ricerca di terapie che permettano di combatterla e migliorare la qualità della vita di chi ne soffre. Ora è un momento decisivo per la ricerca e c'è bisogno del tuo aiuto.

CON UN SMS AL **48583**
PUOI CAMBIARE
IL FUTURO DI CENTINAIA
DI BAMBINI.



ASSOCIAZIONE AMICI DEL
"CENTRO DINO FERRARI"
www.centrodinoferrari.com

DAL 10 AL 30 SETTEMBRE.

1€
da cellulare
personale



2€
chiamando
da rete fissa



Con il patrocinio di Rai



Segretariato Sociale

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

DALL'ESTERO

UNO STUDIO DI LEGAL & GENERAL

Fb, rischio per la sicurezza

I LADRI POSSONO SFRUTTARE LE INFORMAZIONI

Chi si iscrive Facebook per i ladri mettere insieme informazioni mette a rischio la propria sicurezza, espongono siti come Facebook: condotti al pericolo che eventuali topiscere le loro abitudini e quando d'appartamento usino i dati pubblici non sono in casa. Su 2.000 utenti pubblicati su internet per organizzazioni di social network intervistati per re furti in casa. Lo sostiene un rapporto, circa la metà non compagnia assicurativa britannica - ritiene rischioso divulgare dettagli. Legal & General, che ha fatto sondaggi personali su internet: 4 utenti su 10 sanno che i premi assicurativi "informano" su quando saranno gli utenti di siti di social network, no in vacanza, mentre una persona di chi vive con qualcuno che ha dichiarato di avere accesso è iscritto a questi siti, potrebbe essere all'indirizzo di casa di altri diventare più costosi. Secondo lo studio, i giovani utenti, visibile su pagine pubbliche uno studio commissionato da Legal & General dal titolo "Il crimine tra i 16 e i 24 anni sono i meno attenti alla sicurezza", infatti, è semplice per i ladri accedere alla sicurezza.

GARA DA 800 MILIONI DI STERLINE

Vodafone ha scelto Omd

VITTORIA DOPO UN TESTA A TESTA CON WPP

Vodafone ha scelto Omd quale centro media che gestirà i suoi 800 milioni di sterline di budget internazionale per piani della sua prossima campagna di comunicazione. Questa notizia è la conseguenza di una gara che ha visto un testa a testa con il Team Vodafone dWpp. La nomina di Omd arriva nonostante le relazioni che volevano Wpp vicino all'accordo, che copre tutti i mercati globali dove il marchio Vodafone è presente, incluso il Regno Unito. Secondo indiscrezioni i dirigenti di Omd e Wpp sarebbero stati informati venerdì mattina della decisione. Carat era stata esclusa dalla gara in una fase precedente. Questa notizia significa che Omd UK riacquisisce i 58 milioni di sterline del business Vodafone solamente sei mesi dopo averli persi a favore di Carat.



www.formazione.ilsole24ore.com/bew24

Il Sole **24 ORE**

FORMAZIONE 24 ORE
MASTER PART TIME

COSTRUIRE LA LEADERSHIP

MASTER PER LA CRESCITA MANAGERIALE E PROFESSIONALE

2° Edizione - Milano, 15 ottobre 2009
 6 mesi - 2 giorni al mese



IL PROGRAMMA

- Costruire un piano di carriera
- Personal Branding
- Gestire l'influenza e negoziare i conflitti
- Work life balance e gestione del tempo
- Personal leadership
- Strategic leadership & change management

B|E|W|24
 Business Education for Women

Con il contributo di:



Con il patrocinio di:



SCONTO DEL 20% RISERVATO AI LETTORI DI DAILY MEDIA.
 PER USUFRUIRE DELLO SCONTO INDICARE SULLA SCHEDA DI ISCRIZIONE IL RIFERIMENTO: CL - DAILY.
 BROCHURE E SCHEDA DI ISCRIZIONE SU WWW.FORMAZIONE.ILSOLE24ORE.COM/BEW24

Servizio Clienti:

Tel. 02 4587.020 Fax 02 4587.025
 e-mail info@formazione.ilsole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

La cultura dei fatti

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

Il Sole 24 ORE Formazione
 Via Monte Rosa, 91 - Milano
 Piazza dell'Indipendenza, 23 - Roma