

nologico, ricoperto da una sottile lamina in argento per offrire il meglio in 3d).

“Aziende e gruppi internazionali si sono già attivati per assicurarsi un posto dove organizzare meeting esclusivi, ma noi abbiamo deciso di calmierare le presenze business per garantire a tutti gli appassionati cinefili la possibilità di godersene”, dice Giuseppe Corrado, presidente e amministratore delegato di The Space Cinema (51% di 21



Da sinistra: Giovanni Canepa, direttore generale di The Space Cinema, Giuseppe Corrado, presidente e amministratore delegato di The Space Cinema, e Francesco Di Cola, responsabile marketing di The Space Cinema.

Investimenti di Alessandro Benetton, 49% di Mediaset), che aggiunge: “Il 1° aprile questo settore conoscerà lo switch-off da pellicola a digitale, un passaggio che tecnicamente ci consentirà di proiettare qualsiasi contenuto, dalle partite di calcio ai concerti live”.

## COLOMBINI PER I CLIENTI DI 360 AGENCY

Manuela Colombini, 35 anni, è il nuovo senior client manager di 360 Agency, la struttura di Zodiak Active guidata da Marco Mazzini dedicata ai progetti digitali e di brand content per le aziende. Zodiak Active, da poco orfana del suo chairman Giorgio Gori, che ha lasciato la carica di presidente “per avventurarsi in nuove sfide in nome del servizio pubblico”, è la divisione di Zodiak Media Group-De Agostini specializzata nell’ideazione, nello sviluppo e nella produzione di contenuti e servizi multiplatforma,

## ‘MOTO.IT’ RADDOPPIA E LANCIA ‘AUTOMOTO.IT’

**M**oto.it, il portale dedicato al mondo delle due ruote edito da Crm, Centro ricerche multimediali, attivo dal 1997, lancia un sito che si occuperà anche delle quattro ruote: Automoto.it. I responsabili del progetto sono gli stessi che animano Moto.it: il sales manager Francesco Risari, il managing editor Ippolito Fassati, il responsabile tecnologico Davide Bortoli. Lo staff sarà composto da una trentina di persone.

Il portale è on line, in versione beta, già da luglio 2011, ma



Il managing editor di Automoto.it, Ippolito Fassati (a sinistra), con il sales manager Francesco Risari, e l’homepage del sito Automoto.it.



verrà ufficializzato nel corso del mese di novembre, con il proposito di diventare un punto di riferimento per chi vuole informarsi sul mondo delle automobili. L’obiettivo primario della redazione di Automoto.it sarà quello di integrare la parte editoriale (notizie, anteprime, prove) con la parte relativa alla compravendita (listini, offerte, concessionarie), offrendo servizi ad hoc ideati dalla redazione per conoscere i vari modelli. Tra questi, un sistema per confrontare tutte le automobili, in una sola schermata, sviluppato

insieme all’agenzia web Engitel. Inoltre sarà possibile, una volta scelto un particolare modello, ottenere una specifica ‘nuvola’ di contenuti.

L’obiettivo principale, secondo Ippolito Fassati, è di “raggiungere l’utenza di Moto.it, ovvero 1,5 milioni di utenti unici al mese, un bacino che ci metterebbe già tra

i migliori cinque del settore automotive”. Per arrivare velocemente a questi numeri, gli utenti di Moto.it avranno la possibilità di connettersi ad Automoto.it

con le stesse credenziali. Un’arma che potrebbe risultare vantaggiosa, visto che secondo un’indagine Sinottica Eurisko commissionata da Moto.it è stato evidenziato che il 76% degli utenti possiede, oltre alla moto, anche un’automobile.

La raccolta pubblicitaria e gran parte dello sviluppo del sito sono gestite internamente. La redazione di Automoto.it sta inoltre lavorando ad applicazioni per mobile, smartphone e tablet che saranno lanciate nel 2012.

**Samuele Prosinò**

sia costruiti intorno ai formati del gruppo sia rivolti alle nuove audience digitali.

Entrata nel team di client service diretto da Davide Scodreggio alla fine di settembre, Colombini si occupa di seguire le attività di brand entertainment distribuite su tivù, digital e mobile. Proveniente da Leo Burnett, dove ha lavorato negli ultimi due anni come account director, ha fatto esperienze in agenzie di comunicazione come J. Walter Thompson e Rmg Connect e



Manuela Colombini, senior client manager di 360 Agency.

svolto collaborazioni all’interno di progetti internazionali per Nokia, Nestlé, Vodafone, Kellogg’s e altri.

“In Zodiak ho l’opportunità di confrontarmi con una realtà per me totalmente nuova, quella televisiva, e di approfondire le tematiche del digitale, che purtroppo in Italia non sono ancora sfruttate appieno”, dice Colombini. In particolare, il manager punta a valorizzare l’approccio a 360 gradi dell’azienda, “spesso ostentato da molte strutture, ma non sempre realmente applicato”.

**Ramona Maestroni**

## EDISPORT VISTA DAI GIOVANI

Un ritratto fotografico dell’azienda Edisport, composto da 24 istantanee: ec-

co cosa hanno realizzato alcuni ragazzi dell’Istituto Maria Immacolata di Gorgonzola, nell’ambito dell’iniziativa di Assolombarda ‘Ti racconto un’impresa’. Il progetto, coordinato da Magda Marsili, responsabile del settore rapporti istituzionali e delle attività culturali dell’associazione, è nato con lo scopo di avvicinare il mondo della scuola a quello dell’imprenditoria.

Per questo progetto culturale e formativo, le aziende aderenti ad Assolombarda sono state suddivise in diciotto categorie merceologiche. Altrettante scuole hanno potuto scegliere quali tra queste aziende visitare, e la casa editrice guidata da Matteo Bacchetti, che fa parte della categoria Editoria & comunicazione, ha ottenuto la prece-

→