

**Relazioni Pubbliche
e Ufficio Stampa:
gli incarichi
della settimana**

15

RELAZIONI PUBBLICHE E UFFICIO STAMPA GLI INCARICHI DELLA SETTIMANA

Ritorna anche questa settimana la rubrica di DailyMedia dedicata a tutte le novità legate al mondo delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale, uno sguardo ai nuovi incarichi e ai progetti italiani e internazionali, per rimanere sempre al passo con le novità del settore

**Luce Beauty by Alessia
Marcuzzi affida ufficio stampa
e relazioni pubbliche a M&C
Saatchi PR**

Luce Beauty by Alessia Marcuzzi, azienda italiana specializzata nella formulazione, produzione e commercializzazione di trattamenti skincare naturali e biologici completamente made in Italy, entra a far parte del portafoglio clienti di M&C Saatchi PR. L'agenzia di comunicazione milanese guidata da Francesca Nosedà si occuperà delle attività di ufficio stampa e pubbliche relazioni del marchio che si sta affermando nel mercato grazie alla sua alta vocazione alla sostenibilità e per la gamma dei suoi prodotti viso e corpo dedicati alla cura della pelle sensibile, fenomeno sempre più frequente, perché formulati con ingredienti naturali e biologici, sicuri anche per le pelli più reattive e intolleranti. La ricerca in laboratorio, infatti, offre la possibilità di ottimizzare in modo sostenibile le peculiarità delle molecole estratte da materie prime naturali, come piante e frutta per preservare al meglio le loro qualità e potenziarne gli effetti grazie a specifiche sinergie. Un processo che permette a Luce Beauty by Alessia Marcuzzi di realizzare alternative naturali estremamente efficaci a soluzioni di tendenza più aggressive ed invasive.

**Moto Morini con
MarroneCattelan per le attività
di pr e comunicazione**

Moto Morini sceglie la società MarroneCattelan come partner



per le attività di PR e Comunicazione per il 2024. "Siamo entusiasti nell'intraprendere questo nuovo percorso con la MarroneCattelan perché cercavamo un partner strategico-creativo che ci supportasse nel nostro progetto di sviluppo e nel raccontare una grande storia italiana come la nostra, attraverso competenze mirate al settore e con quel pizzico di passione che nel mondo delle due ruote non può mancare. Il nostro obiettivo per il 2024 è far crescere sempre di più i volumi di vendita aumentando la presenza e la visibilità del brand e sono convinto che la MarroneCattelan, grazie alla sua grande esperienza, potrà supportarci al meglio in questo progetto" racconta Alberto Monni, General Manager Moto Morini. La MarroneCattelan avrà quindi come obiettivo il supporto del brand nella definizione della strategia di comunicazione e media e nelle attività di Relazioni Pubbliche e Ufficio Stampa. Lo scopo della partnership risiede nell'incrementare l'awareness del brand sul territorio nazionale

mediante l'implementazione di attività di comunicazione corporate e di prodotto verso la stampa, i social, gli opinion leader e i principali stakeholders. Un sentito ringraziamento da parte di Moto Morini va all'agenzia YES! che negli ultimi due anni ha supportato le attività di PR e Comunicazione del marchio contribuendo alla sua crescita.

**Diesis Group e Iaki
costruiscono e gestiscono la
strategia di comunicazione di
Gen USA**

Gen USA, la società americana che supporta le imprese italiane ed europee nei processi di internazionalizzazione verso gli Stati Uniti, ha deciso di rivedere il proprio posizionamento strategico scegliendo Diesis Group, l'agenzia di comunicazione nata nel 1988 associata ad UNA, e Iaki, l'agenzia di comunicazione omnichannel generation driven. Le due agenzie costruiranno insieme l'impostazione del nuovo posizionamento, che ha l'obiettivo di valorizzare le competenze

e l'autorevolezza di Gen USA, e la strategia per le attività di comunicazione che vedrà Diesis Group gestire l'ufficio stampa e Iaki ottimizzare il sito web, le componenti SEO e le campagne media online. Con due sedi negli Stati Uniti e una in Italia, Gen USA svolge un'attività che ha riflessi economici e geopolitici di grande rilievo e grazie alle proprie conoscenze profonde permette alle aziende italiane ed europee di avere successo nel mercato statunitense fornendo loro la consulenza e i servizi in ogni fase di sviluppo del business, dalla definizione delle strategie d'ingresso alla gestione delle attività a regime. "Grazie a 15 anni di esperienza e la conoscenza trasversale e multisettoriale del mercato, siamo consapevoli di agire in un'arena molto competitiva e complessa - afferma Mauro Bandelli, Partner e founder di Gen USA -. Diesis Group ci ha convinto per la loro competenza del mondo dei media e la capacità di trasformare in notizie contenuti complessi, rendendoli utili per gli interlocutori a cui ci vogliamo rivolgere. L'integrazione della strategia con Iaki ci permetterà di applicarla in ambito SEO e SEM per migliorare l'efficacia verso i motori di ricerca e generare lead".

**Lego Italia: Mate vince la gara
per la comunicazione**

Per il 2024 il Gruppo LEGO, uno dei principali produttori di giocattoli nel mondo, ha scelto Mate come partner a cui affidare lo sviluppo di strategie di comunica-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103

zione PR e influencer marketing in Italia. L'agenzia di comunicazione integrata, nata nel 2019, è stata selezionata attraverso un processo di gara svoltosi da settembre a novembre 2023 e supporterà l'azienda danese in tutte le attività di comunicazione sui media online e offline con una modalità "always on" e con l'obiettivo di trasmettere al meglio l'identità del brand. Davide Cajani, Head of Marketing di LEGO Italia, dichiara: "Siamo estremamente entusiasti di annunciare l'inizio della nostra collaborazione con Mate. Questa partnership rappresenta un ulteriore passo nel percorso della nostra strategia di comunicazione in Italia già portata avanti insieme ai nostri partner precedenti. Siamo fiduciosi che l'esperienza e la creatività del team di Mate ci aiuteranno a portare il marchio LEGO e i suoi valori in nuove e stimolanti direzioni, raggiungendo e ispirando ancora più famiglie e appassionati in tutto il Paese".

SiVola: a iCorporate la gestione dell'ufficio stampa e delle relazioni con i media

SiVola, travel tech company italiana leader nel mercato dei viaggi di gruppo, ha scelto iCorporate - società di consulenza specializzata nella comunicazione corporate, finanziaria, di sostenibilità, di crisi e nella gestione della reputazione sia offline che online, con sede a Milano - come partner strategico nel percorso di crescita e di rafforzamento della propria corporate identity. Più nel dettaglio, iCorporate avrà in carico la gestione di tutte le attività di ufficio stampa e di relazioni con i media, volte a rafforzare il posizionamento distintivo di SiVola come realtà che ha innovato il modo di viaggiare, attraverso la consapevolezza degli aspetti sociali e culturali che stanno dietro la componente esperienziale del viaggio, costruendo così una

vera e propria community di valore. "Nasciamo con l'idea di rivoluzionare il mondo dei viaggi di gruppo, offrendo a chi sceglie di partire con noi itinerari non convenzionali, esperienze immersive nelle comunità locali e momenti di condivisione. Il nostro motto Travelling the Human Way significa mettere al centro il viaggiatore, il rispetto per i luoghi e le comunità locali e interpretare il viaggio come crescita personale. La nostra community è composta da persone che vogliono vedere il mondo da una prospettiva diversa, arricchendo, grazie a SiVola, il proprio bagaglio esperienziale. Sapevamo fin dall'inizio di avere un modello vincente, grazie al nostro modo di concepire il viaggio e alla nostra strategia di business. Siamo cash positive dal primo anno di attività e, visto che stiamo crescendo velocemente, vogliamo rafforzare il nostro posizionamento in un mercato con enormi opportunità, anche attraverso un programma efficace di media relations", afferma Sergio De Luca, CEO di SiVola.

Uer - Università Europea di Roma sceglie Eprcomunicazione

L'Università Europea di Roma ha scelto Eprcomunicazione Società Benefit, associata UNA, come partner per curare le attività di ufficio stampa e relazione con i media. Guidata dal Magnifico Rettore Prof. P. Pedro Barrajón LC, anno dopo anno UER si sta affermando come realtà in costante crescita nel panorama universitario nazionale. L'ultima classifica Censis 2023/2024 sulle Università italiane ha collocato UER, per il quarto anno consecutivo, al 2° posto tra i "piccoli atenei non statali" e al 4° tra tutte le "università non statali di ogni dimensione" dietro solamente a Luiss, Bocconi e Università di Bolzano. L'università che ha sede nella Capitale in un campus

modernamente organizzato, si fonda su una formazione accademica di alto livello con particolare attenzione alla centralità dello studente in tutta la sua vita universitaria. Eprcomunicazione, uno dei maggiori player italiani indipendenti nell'offerta di consulenza strategica e servizi di comunicazione, supporterà l'Università Europea di Roma nelle attività di media relation con l'obiettivo di continuare a rafforzarne la reputazione e il posizionamento attraverso la valorizzazione dell'offerta formativa e dell'eccellenza del corpo docente. "Iniziare il nuovo anno al fianco dell'Università Europea di Roma è per noi una nuova sfida e motivo di grande soddisfazione perché - come prima agenzia di comunicazione italiana ad essere stata riconosciuta società benefit e B-Corp - condividiamo un agire in chiave responsabile, sostenibile e trasparente, perseguendo obiettivi rivolti anche al benessere comune e alla valorizzazione della centralità della persona", commenta Camillo Ricci, CEO di Eprcomunicazione. "Per l'Università Europea di Roma si prefigura una ulteriore fase di crescita, a seguire quella straordinaria degli ultimi anni, e pertanto siamo particolarmente confidenti di aver affidato le attività di Ufficio Stampa e Relazioni con i Media a un partner particolarmente strutturato, cui ci unisce una forte condivisione valoriale, e che sarà fondamentale per assisterci in questo periodo di particolare sviluppo", chiude Marco Brotto Rizzo, Direttore Promozione e Comunicazione di Università Europea di Roma.

CartOrange ad AT Comunicazione le media relation

CartOrange, la più grande azienda di consulenti di viaggio in Italia, affida le attività di media relations ad AT Comunicazione,

agenzia di Milano fondata da Alessandra Agostini e Claudia Torresani. L'agenzia si interfaccerà con il management dell'azienda per mettere a punto una strategia di comunicazione coerente con le linee guida strategiche del brand e per consolidare i rapporti con i media e gli stakeholder di interesse. Obiettivi prioritari: consolidare la reputation, creare ulteriore esposizione per il modello di business facendo leva sui diversi punti di forza e identificare occasioni di visibilità per i servizi offerti e la programmazione. "La nostra azienda è nata nel 1998 come una sfida ed è frutto di una capacità di visione che ci ha felicemente fatto precorrere i tempi e delineare orizzonti totalmente inediti per il mercato del turismo in modo pionieristico. Abbiamo l'ambizione di creare un'eco maggiore sia per la nostra storia sia per la solidità e l'unicità del nostro modello di business che è frutto di una cultura aziendale contraddistinta da un clima positivo e premiante. Ci siamo affidati ad AT Comunicazione per la sua competenza nell'ambito delle PR e delle attività di comunicazione legate al mercato turistico e per l'attitudine proattiva, caratteristiche che riteniamo fondamentali non solo per creare visibilità, ma anche per costruire un percorso condiviso ed efficace", commenta Gianpaolo Romano, Amministratore Delegato di CartOrange. Con numeri importanti come 150.000 viaggiatori soddisfatti, 450 Consulenti per Viaggiare in 20 regioni italiane, 14 travel office in Italia e 1 in Svizzera, più di 600 idee di viaggio sul proprio sito e un incremento annuale dei consulenti che entrano in azienda in seguito a un percorso selettivo e formativo, CartOrange si contraddistingue per la sua particolarità nel panorama turistico nazionale ed internazionale, l'affidabilità e la qualità delle proposte.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103