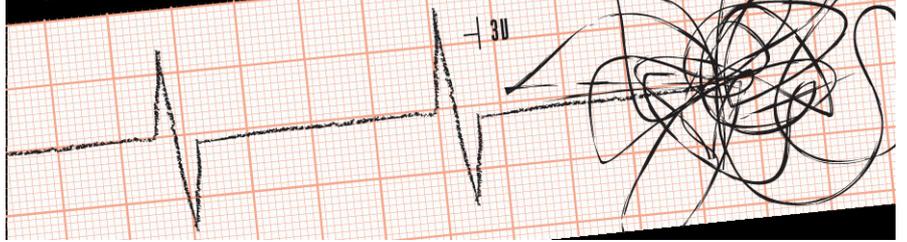
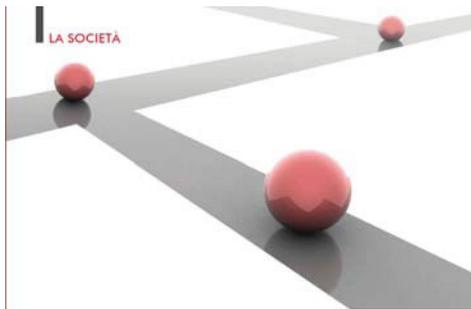


## Datevi una scossa.



## Auriga sceglie Edelman per la brand identity e la comunicazione corporate

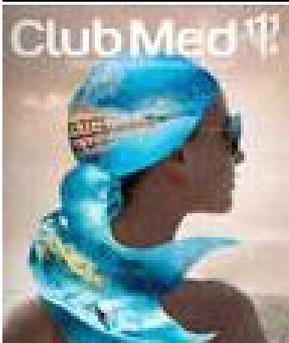
Auriga Spa ha scelto Edelman come partner per la consulenza nell'attività di comunicazione. Edelman in particolare sta accompagnando il rinnovato gruppo Auriga, nato lo scorso dicembre dalla fusione tra Auriga Informatica Srl e Auriganet Spa, nel processo di ridefinizione della nuova brand identity. L'operazione di fusione ha rappresentato infatti il traguardo di un'evoluzione che ha interessato negli ultimi anni le due società, segnata da una crescita notevole dei volumi e del parco clienti, tra i quali oggi figurano nomi come Intesa Sanpaolo, BancoPosta, Unicredit e SIA-SSB. La fusione ha portato alla nascita di un gruppo molto più forte e competitivo, sia per l'arricchimento di know how tecnico accumulato negli anni dalle due aziende, sia per le possibili sinergie nell'ambito dell'offerta di soluzioni integrate per lo sviluppo della "banca del futuro".



La posa del primo mattone per la costituzione della nuova brand identity è coincisa con la ridefinizione di un logo e di un payoff aziendali che fossero in grado di raccogliere ed esprimere il carattere innovativo e proiettato al mercato dell'IT banking internazionale della nuova Auriga.

Sulla base del nuovo logo è stato quindi sviluppato il resto dell'immagine coordinata (brochure istituzionale, sito web, materiali, etc.), dando al contempo il via alle prime attività di comunicazione corporate per presentare Auriga ai media nella sua nuova veste. Nel mese di giugno, infine, è stato realizzato il primo roadshow dell'azienda ("The banking e-volution tour 2008") in tre tappe, tra Milano, Roma e Bari, per portare a conoscenza del pubblico di riferimento la nascita del Gruppo, presentandone i caratteri distintivi e i prodotti di punta.

## Club Med lancia il catalogo on-line



Club Med anticipa la prossima stagione e lancia il Tridente in formato on-line. Giorgio Palmucci, Direttore Generale Club Med Italia ha affermato: "L'adozione del catalogo on line risponde ad una strategia di sviluppo, amica dell'ambiente, condivisa a livello internazionale".

Il catalogo della collezione Club Med per la stagione autunno/inverno '08-'09 è da oggi disponibile anche in formato elettronico nella homepage [www.clubmed.it](http://www.clubmed.it)

Leonardo Cesarini, Direttore Commerciale Club Med ha dichiarato: "La scelta di proporre il Tridente in formato

elettronico, accanto al tradizionale cartaceo, risponde alla necessità di renderlo maggiormente fruibile e sempre disponibile, uno strumento utile in agenzia e a casa, alla portata di un semplice click. La versione interattiva del Tridente Neve e del Tridente Sole d'Inverno consente di sfogliare i cataloghi, di segnalare le pagine preferite con dei post-it, di inviarle via e-mail fino ai scaricare i cataloghi in formato pdf". Nell'ottica di un progetto condiviso a livello internazionale, il Tridente presenta inoltre il nuovo look, 'indossando' due creazioni della nuova campagna pubblicitaria che ha debuttato in Italia ai primi di febbraio.



## Bertelsmann investe nello shopping club on-line BuyVIP

BuyVIP ha annunciato la firma di un significativo Round B di finanziamento con Bertelsmann Digital Media Investments (BDMI). BuyVIP è uno shopping club fondato solo due anni fa da Gustavo Garcia e Gerald Heydenreich che può contare oggi su oltre 2 milioni di soci registrati in Italia, Spagna e Germania. Il precedente finanziatore 3i aumenta la sua quota ed MCI (Molins Capital Inversión, fondo di Venture Capital gestito da Active Capital Partners) partecipa anch'esso in questo round. Gustavo Garcia Brusilovsky, CEO e co-fondatore di BuyVIP ha detto: "Siamo orgogliosi del fatto che Bertelsmann si unisca a

BuyVIP come investitore strategico. La collaborazione con Bertelsmann ci consentirà di ampliare la nostra copertura sui media, di lavorare ancora più a stretto contatto con i marchi globali e di espanderci in nuovi mercati".

Jan Borgstädt, Principal di BDMI ha commentato: "Stiamo osservando da tempo il mercato delle community di commercio elettronico. Grazie alla sua significativa base di utenti, alle sue relazioni consolidate con i marchi più attraenti e grazie al suo team di top manager, crediamo che BuyVIP proseguirà la sua rapida crescita in questo settore".