

Testata:

DailyMedia

Data: 23 Ottobre 2008

Titolo:

Pagina:

Adv Parmigiano Reggiano: Tribe, Arnold, Aldo Biasi e Qubic sfidano Max Information per la creatività 2009

di Vittorio Parazzoli

Il Consorzio Parmigiano Reggiano ha individuato le quattro agenzie che sfideranno Max Information nella gara per la ricerca del suo nuovo partner creativo a partire dal 2009: si tratta di Tribe Communication, Aldo Biasi Comunicazione, Arnold Italy e della parmigiana Qubic. La decisione è stata presa al termine di una perlustrazione che inizialmente aveva coinvolto 14 agenzie invitate a una gara vera e propria e che poi, in seguito alle lamentele di alcune di esse, era stata trasformata in possibilità per le società coinvolte, se interessate a proseguire nella consultazione, di effettuare le loro presentazioni. A

Il Consorzio ha individuato la rosa di agenzie alle quali verrà dato il brief di gara dopo una perlustrazione tra 13 società; possibile anche una revisione dell'incarico media



questa fase hanno in realtà risposto tutte le agenzie interessate, tranne Lowe Pirella Fronzoni, che era stata quella che più aveva protestato per l'eccesso di partecipanti e che poi non si è più ripresentata. Le al-

tre società che hanno illustrato le proprie credenziali sono state: Life Longari & Loman, Cayenne, Marka, The Ad Store, CGP, Roncaglia & Wijkander, Sinistrodestro e Industree. La scelta della nuova creatività giunge in un momento particolarmente difficile per il Consorzio e per il comparto in genere, che ha innescato anche una forte polemica con la grande distribuzione, accusata in sintesi di non tenere alto il valore del prodotto che, invece, resta sempre molto apprezzato da parte dei consumatori: accuse, per altro, rigettate dalla gdo stessa. Il budget del Consorzio

Parmigiano Reggiano per il 2009 ammonta a 6 milioni di euro per quanto riguarda la comunicazione classica. Se si aggiungono sponsorizzazioni ed eventi, la cifra arriva a 12-13 milioni di euro, in linea con il 2008. Alla scelta della nuova agenzia potrebbe, ma non necessariamente seguire anche il cambio di centrale media, che attualmente è Media Italia Bologna, legata a Max Information. La quale per altro, comunque, dovrebbe firmare lo spot natalizio del cliente, che sembra intenzionato in ogni caso a sostenere le vendite nel periodo natalizio.