

la Repubblica **AFFARI&FINANZA**

LA GAZZETTA DELLO SPOT Gabriele Di Matteo

PENELOPE CRUZ FASCINO LATINO PER LE BOLLICINE DI SCHWEPPE

Schweppes continua la sua tradizione di marketing molto glamour. La nuova campagna creata a Parigi dall'agenzia Fred & Farid inizia il suo percorso multimediale con il volto di **Penelope Cruz**, fascino latino dopo i lineamenti anglosassoni di Nicole Kidman e Uma Thurman, testimonial degli anni scorsi. Firma la regia la raffinata **Kathryn Bigelow**, location è il teatro vittoriano **Alexandra Palace**.
"Roma Capitale" della tecnologia al femminile ospita la Nuvola Rosa, un evento di comunicazione e marketing che punta a dare alle studentesse un indirizzo professionale mirato al mercato delle tecnologie. **Microsoft, Asus, Intel, Telecom, La Sapienza, Avanade, Fondazione Mondo Digitale** hanno portato nella capitale 700 studentesse dagli Usa, dalla Svizzera e dall'Italia per farle partecipare a una serie di workshop dedicati alle app e al cloud. "La tecnologia al femminile è un'opportunità per far crescere il Paese", dice **Carlo Purassanta**, ad **Microsoft Italia**. **Roberta Cocco**, che ha ideato l'evento ricorda: "La formazione delle donne nella new economy inizia dalla scuola, che deve adeguarsi agli standard internazionali".

La guerra delle patatine si combatte a colpi di marketing. Se San Carlo ingaggia Carlo Cracco, il gigante Pepsi Co risponde con due testimonial del calibro di Fabio Cannavaro e Lionel Messi per la linea Lay's. Il piano media è di Omd, la creatività di Dvl Bbdo e di Tribe Communication per il web.

Campagna sociale contro il bullismo, cui prestano il volto due personaggi come Noemi e Francesco Totti. Titolo dell'iniziativa annunciata dal presidente della Camera Laura Boldrini: "Giovani e Internet: il cyberbullismo dalla piazza reale alla città virtuale". Samsung vuole il salto di qualità nella sua pubblicità e mette in competizione le sue agenzie Leo Burnett e Cheil, Chi & Partners e Starcom, che gestisce il media buying. Con una gran quantità di messaggi pubblicitari, Samsung investe sui media oltre ben 10 miliardi di dollari l'anno.