



Media PHD Italia partner DMA 2019 con il progetto “AI love Women” che diventa un libro edito da Egea

PHD Italia è partner della quarta edizione dei Diversity Media Awards con il progetto “AI love Women”, che diventa anche un libro edito da Egea. Giunti quest'anno alla loro quarta edizione, i DMA, ideati e promossi dalla no profit Diversity, sono il riconoscimento dedicato alla rappresentazione della diversità nei media. Nato con l'obiettivo di stimolare e amplificare la riflessione sul contributo femminile all'innovazione contro qualsivoglia “gender gap” in termini di rappresentatività, visibilità e autorevolezza, il progetto editoriale firmato dall'agenzia media, di comunicazione e marketing di Omnicom Media Group

Il volume in uscita il 6 giugno è a cura di Alessandro Lacovara, Managing Director di PHD Italia, e di Marialuisa Pezzali, giornalista di Radio 24 Il Sole 24 Ore

consiste in un ciclo di interviste esclusive alle protagoniste del mondo della scienza e della tecnologia su temi quali intelligenza artificiale, robotica, data science, machine learning, approfonditi dal punto di vista della ricerca, delle aziende, della finanza, della comunicazione e della formazione. Il progetto completo – che è possibile consultare al link www.phdmedia.com/italy/ai-love-women/ - diventa ora anche un libro a cura di Alessandro Lacovara, Managing Director di PHD Italia, e di Marialuisa Pezzali, giornalista di Radio 24 Il Sole 24 Ore. Disponi-

bile nelle librerie a partire dal 6 giugno 2019, sarà distribuito in anteprima in occasione dei Diversity Media Awards che saranno assegnati martedì 28 maggio 2019 nella serata di gala all'Alcatraz di Milano. Tutti i ricavi dell'agenzia derivanti dalla vendita di “AI love Women” saranno devoluti in beneficenza a favore della Fondazione Mondo Digitale (FMD), che lavora per una società della conoscenza inclusiva e promuove la condivisione dei saperi, l'innovazione e l'inclusione sociale, con particolare attenzione alle categorie a rischio di esclusione.



Aziende Melinda “Marca dell'anno” dell'ortofrutta: a scaffale l'identità visiva firmata GOODMIND

Melinda vince il premio “Marca dell'Anno” del settore ortofrutta, il riconoscimento che incorona il brand cresciuto di più per notorietà Top of Mind e spontanea (+ 6% nel 2018), grazie alla strategia di comunicazione che include anche i progetti di naming, brand e packaging realizzati da GOODMIND - Part of Pininfarina Group. Ad assegnare il premio è la giuria della quarta edizione di Think Fresh, la più completa pubblicazione che raccoglie annualmente i principali risultati delle indagini condotte dal Monitor Ortofrutta di Agroter su 3.000 responsabili d'acquisto, alla ricerca delle motivazioni delle scelte dei consumatori.

Restyling a 360°

Per Melinda, GOODMIND ha recentemente curato il restyling dell'i-

Il brand si aggiudica il riconoscimento grazie alla strategia di comunicazione che include anche i progetti di naming, brand e packaging realizzati dall'agenzia di Pininfarina Group



dentità visiva su più fronti, per rafforzare l'asset di marca dei freschi e dei trasformati. Nel fresco è stato ridisegnato l'intero sistema di confezionamento di prodotti stori-

camente consolidati, come la Golden DOP, le nuove varietà e quelle biologiche, con l'obiettivo di creare un'immagine che valorizza le diverse tipologie di offerta conservando

la riconoscibilità del “mondo Melinda”. Per i trasformati è stato realizzato un restyling delle confezioni che competono in diversi mercati (mele essiccate, mousse, barrette) che potenzia la visibilità della marca e l'appetizing, valorizzando i valori e l'immagine tradizionale di Melinda, con il suo inconfondibile bollino blu. Una particolare menzione va al prodotto SQUEEZ, mousse in doypack di grande successo dedicata al target bambini, per cui è stato creato il nome, il brand, il packaging e disegnata una mascotte che si ispira al famoso Jack Russell Terrier, dolcissimo e scatenato protagonista di diverse comunicazioni adv del Consorzio trentino. Melinda SQUEEZ è il vincitore del premio speciale packaging - prodotto dell'anno Food 2019.