



Il Festival della Pubblicità di Cannes visto da Now Available in concorso nelle sezioni “Titanium & Integrated” e “Cyber”

La case history del lancio della prima neutral agency fondata da Emanuele Nenna, Stefano Pagani e Alessia Oggiano in concorso a Cannes nelle due sezioni dedicate alle campagne di comunicazione integrata e al digitale. Una partecipazione significativa e coraggiosa, in controtendenza rispetto al resto delle agenzie di pubblicità in Italia, in linea con il suo approccio alla comunicazione neutrale e fortemente innovativo.

Milano, 26 maggio 2008. Con la case history del lancio della sua nascita come prima neutral agency, **Now Available** partecipa quest'anno al “**Titanium & Integrated**”, il premio dedicato alle migliori campagne di comunicazione integrata di ultima generazione che secondo molti “addetti ai lavori” diventerà il più importante al Festival Internazionale della Pubblicità di Cannes.

Una scelta significativa e coraggiosa per la nuova agenzia, nata poco più di due mesi fa, perché assolutamente in controtendenza rispetto al resto delle agenzie italiane. Secondo i dati ufficiali della manifestazione, infatti, nella passata edizione del “Titanium” tra le oltre 320 campagne in concorso era stato registrato un solo lavoro italiano. “*Un dato sorprendente – commenta Emanuele Nenna, amministratore delegato e socio fondatore di Now Available insieme ad Alessia Oggiano e Stefano Pagani – che non ci ha spaventato al momento di registrare l'agenzia in quella sezione. Ritengo infatti che il “Titanium & Integrated” rappresenti perfettamente quello che sarà il futuro della comunicazione: sinergia di discipline, forte innovazione e approccio realmente neutrale nella scelta dei mezzi (classici, digitali e “alternativi”). Molti nostri colleghi d'Europa e nel mondo lo hanno capito. Mi auguro che prima o poi possano farlo anche in Italia. Now Available sarà presente. Non posso fare altro che attendere i dati riguardanti la partecipazione italiana al Titanium di quest'anno...*”.

La **case history** del lancio della neutral agency **Now Available**, in concorso a Cannes, vede la pubblicazione del libro sull'agenzia ideale (“Not Available” di Emanuele Nenna), la realizzazione del primo reality show del mondo della comunicazione (il “Neutrality Show”), la campagna pubblicitaria sulla stampa e una attività di social networking, direct mail, buzz marketing e blog relation, la conferenza stampa di presentazione e l'evento di inaugurazione della nuova agenzia.

Con la case history del “Neutrality Show”, che dal 26 al 28 febbraio scorso ha riunito all'interno dell'agenzia sei comunicatori impegnandoli su veri brief di reali clienti, ottenendo numeri da record (8.391 visite al sito teaser www.neutralityshow.it, 1.911 visite al blog, 2.569 voti inviati, 34 ore di diretta web, 72 ore di differita sul canale 863 di Sky), Now Available è in concorso anche nella sezione **Cyber** dedicata alle campagne digitali.

L'agenzia è attualmente composta da ventidue professionisti che collaborano con la massima sinergia. Tutte le competenze vengono infatti attivate attraverso un processo di contaminazione orizzontale in cui le diverse discipline (dalle pubbliche relazioni, al direct



nowavailable
neutral agency

marketing, l'advertising, il CRM & Database, fino al web e all'unconventional marketing) si integrano per co-creare un'unica risposta, efficiente ed efficace, al brief del cliente. Tra le sfide più difficili, che caratterizzano l'autentica neutralità di Now Available, la presenza al suo interno del **reparto media**.

Tra i primi clienti acquisiti da Now Available, agenzia composta al 63% dai fondatori, al 30% dal socio finanziatore UBS Fiduciaria Spa e al 7% dalla holding dei partner Vengo Anch'io Srl, ci sono **Nesquik, Henkel**, con lavori sui marchi **Taft e Testanera**, il **Gruppo FMR, ESSM, Lierac, Phyto e Iperclub Vacanze**.