



**PER FAR DIVENTARE FAMOSO IL TUO BRAND, CI VUOLE IL CINEMA.**

VALIDO IN OLTRE 2.500 SALE  
**Stardust**  
★ PASS ★  
WWW.STARDUST.IT

**QMI**  
THE ART OF ENTERTAINMENT  
WWW.QMI.IT

## Incarichi Cayenne si aggiudica la gara creativa di Media World. Dentsu Aegis Network pianifica un budget di 22 mln

Si tratta di una riconferma per la sigla di cui è presidente & a.d. Peter Micheal Grosser. Al pitch hanno preso parte Ogilvy & Mather, arrivata alla fase finale, Leo Burnett e Inarea

**M**edia World, L'azienda, leader in Italia - ed in Europa con il brand Media Markt - nella distribuzione di prodotti di elettronica da consumo, in seguito a una gara creativa indetta lo scorso autunno, ha confermato Cayenne quale propria agenzia creativa. Si rinnova pertanto una collaborazione, quella tra Media World e Cayenne, che dura da 17 anni e, per l'esattezza, dal gennaio del 2000. Alla gara, oltre a Cayenne, hanno partecipato Ogilvy & Mather - arrivata alla fase finale, la quale peraltro è l'agenzia incaricata



della creatività dell'equivalente Media Markt Germany - Leo Burnett e Inarea. "Ammettere che sono felice è dir poco - afferma Peter Micheal Grosser, presidente & a.d. di Cayenne - dato che, per molti versi, considero Media World il cuore di Cayenne. Un cliente che in questi anni abbiamo visto crescere fino a di-

ventare leader di mercato e con il quale anche Cayenne è cresciuta, costringendoci a essere sempre all'avanguardia dal punto di vista della comunicazione e dell'innovazione tecnologica. Il fatto di coltivare rapporti duraturi con i propri clienti è senz'altro una delle prerogative, e dei meriti, di Cayenne ma comporta altresì un potenziale rischio da rilassamento. Così non è stato né con Media World né con Skoda, altro cliente che gestiamo dal 2003 e che lo scorso anno, in seguito a una gara creativa, ci ha rinnovato la sua fiducia". Media

World investe in comunicazione un budget stimabile in 22 milioni di euro, in linea anno su anno. Quest'anno Media World festeggia i suoi 25 anni di attività: il primo punto vendita Media World risale al 24 ottobre 1991 a Curno, in provincia di Bergamo. La campagna a sostegno è stata firmata da Cayenne. Il concept, "25 Forever con Media World", metteva al centro lo spirito dei 25 anni, l'età in cui libertà e spensieratezza si uniscono all'indipendenza, creando le condizioni ideali per godere al meglio del divertimento e di tutte le opportunità che la tecnologia ci offre. E' Dentsu Aegis Network a seguire la pianificazione media dell'insegna.



## PER FAR DIVENTARE FAMOSO IL TUO BRAND, CI VUOLE IL CINEMA.

Quando un brand si associa a un contenuto, accentua in modo esponenziale l'efficacia delle sue attività comunicazionali e promozionali.

Ecco perché l'intrattenimento è uno stimolo sempre più attuale per le vendite. **Tra le offerte di QMI spiccano i buoni Stardust Pass®**, che le aziende possono regalare come ingressi nelle sale cinematografiche di tutto il territorio nazionale.

**Dal 2004, i buoni cinema distribuiti sono stati più di 20.000.000.**

**La rete comprende** poco meno di 700 esercizi cinematografici, **per un totale di oltre 2.500 schermi** (oltre l'85% del parco totale disponibile), rappresentando di fatto, l'unico network di cinema in grado di toccare in modo stratificato tutte le province italiane.

Ma QMI è coinvolta nell'entertainment a 360°. Tra le sue attività, oltre ai buoni cinema, ci sono **Product Placement, Branded Content, Coproduzione di film, Tax Credit, Licensing, Paid Media, Loyalty, Digital Marketing & Promotion, Creatività, Eventi.**

**Insomma, l'entertainment non ci basta mai.**

VALIDO IN OLTRE 2.500 SALE  
**Stardust**  
★ PASS ★  
WWW.STARDUST.IT

**QMI**  
THE ART OF ENTERTAINMENT  
WWW.QMI.IT