

Al Festival protagonista anche Benetton, a cui va il Grand Prix stampa per la campagna Unhate

L'Italia a Cannes vince in famiglia

Guido Barilla: è vitale continuare a investire in pubblicità

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Le grandi famiglie dell'imprenditoria italiana protagoniste al Festival della creatività di Cannes. C'è la famiglia Benetton, che con la sua campagna stampa «Unhate» di Fabrice, quella con i baci tra leader politici, ieri ha addirittura vinto il Grand Prix nella categoria Press. Non un Leone, quindi, ma di più, l'eccezione mondiale in assoluto, il meglio della pubblicità su stampa. C'è poi la famiglia Barilla, rappresentata da Guido Barilla, presidente del gruppo, che martedì, al Palais des festivals, ha intrattenuto parte dei 12 mila delegati sulla Croisette con la case history del più importante pastificio al mondo: «La pubblicità è stato un asset fondamentale per il successo del marchio Barilla», spiega il presidente, «e anche in tempi difficili come questi biso-

gna continuare a investire in comunicazione. Noi lo facciamo, scegliendo testimonial (ultimo, Antonio Banderas per Mulino Bianco, ndr) veramente coinvolti nel progetto e che credano nel prodotto. E poi», conclude Guido Barilla, «usiamo ancora le vendite come unico modo per misurare l'efficacia di una campagna. Solo osservando l'andamento degli scaffali si può capire se la strada

intrapresa è quella giusta». La tradizione imprenditoriale, certo. Ma qualche soddisfazione per l'Italia a Cannes arriva pure dai giovani creativi. E ieri, nel concorso speciale Young Lions promosso da Getty Images, la penisola si è portata a casa un Leone d'argento nella categoria Design, con la coppia Marco Tironi e Ileana Infantino (agenzia AdmCom), e un bronzo nel Cyber con Oliviero Piccolo e Giorgia Fattoracci (M&C Saatchi).

Tornando però alla notizia del giorno, ecco il Grand Prix italiano nella stampa, che fa tornare in mente i riconoscimenti vinti in passato, per esempio, dalle

A sinistra, Antonio Banderas nell'ultimo spot Mulino Bianco e, sotto, uno dei soggetti della campagna Benetton «Unhate»



ovvero alla struttura che aveva realizzato la creatività. E cioè la Fabbrica Treviso. I tre soggetti premiati sono Palestina e Israele, Usa e Venezuela, Germania e Francia, e propongono un bacio, il più riconosciuto simbolo dell'amore, tra i leader politici di quei paesi. Una campagna vera, non di quelle realizzate ad hoc

per Cannes, pianificata sulla stampa con un budget di 10 mln di euro, e che venne presentata dal numero uno del gruppo, Alessandro Benetton, in una conferenza stampa organizzata lo scorso 16 novembre a Parigi.

Il Grand Prix, e il Leone d'argento vinto ieri da Leo Burnett per MontBlanc nella categoria Cyber, vanno a impreziosire un già ricco bottino 2012 raccolto finora a Cannes dall'Italia, con 13 Leoni (di cui sette d'oro) complessivi, più i due degli Young Lions.

© Riproduzione riservata



Guido Barilla

I PROGRAMMI TV E RADIO DI CLASS EDITORI

7.00 Primo Tempo News - Notizie in diretta 9.00 Primo Tempo - Attualità «Record di tasse sulle auto» 11.30 Solo Classici «La maledizione dei templari» Il parte Con G. Depardieu (2005) 13.10 Law & Order - Serie TV «Una geisha americana» 14.00 Solo Classici «Soldati di pace» - I parte Di C. Bonivento (2003) 16.00 Tg Giorno - Attualità 17.10 Class Meteo Show - di S. Giacomini «Incendi in Italia: rischi e prevenzione» 19.30 Punto e a Capo Le notizie dal mondo attraverso i Tg 21.00 Solo Classici «Soldati di pace» - Il parte Di C. Bonivento (2003) 22.50 Law & Order - Serie TV «Rapinatori pacifisti»	7.00 Caffè Affari) 9.00 Linea Mercati Mattina L'apertura delle borse europee 10.10 Trading Room 11.20 Partita Doppia - di A. Cabrini «Usa - Europa, duellanti al G20» 12.10 Forex Update 12.20 Analisi Tecnica Interventive allo 02.58.21.95.85 13.40 La Pagella dei Fondi 14.30 Global Markets 15.00 Linea Mercati Wall Street L'apertura delle borse americane 16.05 Missione Risparmio «Investimenti senza rischio» 17.00 Linea Mercati Pomeriggio 18.00 Report - Il Tg della Finanza Ospiti A. Cuturi (Arthilia Capital), C. Cairoli (R&CA) 22.00 Linea Mercati Notte 22.30 Italia Oggi Tg	8.00 Class Horse Tg 8.15 Weekend Review «I concorsi nazionali e internazionali» 9.00 Master Class: Volteggio «A lezione con Anna Cavallaro» 11.30 Class Horse TV Live «Rassegna stampa e amici di Facebook» 14.30 Class Eventing: Coppa Italia Pony «Categoria CNCP2» 16.30 Audi Polo Gold Cup «Highlights edizione 2012» 17.05 Class Horse TV Live «Rassegna stampa e amici di Facebook» 18.35 Vintage «Vaggio nel tempo nel mondo equestre» 19.45 Special Class:Concorso Endurance Cup «Marche Endurance Lifestyle» 20.55 NonSoloFieno «Gestione del cavallo da sella» 21.45 FEI Nations Cup Top League «III tappa da San Gallo»

Design&Living Il gusto del Made in Italy Top Lot Le aste in diretta Ride&Drive Tutte le novità per un viaggio straordinario My Tech La tecnologia utile di tutti i giorni Tempo di Lusso Vivere e conoscere ciò che fa la differenza Sapori&Profumi Ecco le eccellenze culinarie Nautilus Il piacere di leggere Art TV Il mondo dell'arte	7.00 Tg Moda News 7.10 Milano Moda Donna 8.30 New York Fashion Week 9.30 Full Show Designer 11.00 Star&Style Le celebrity internazionali 11.30 Paris Pret a Porter 13.00 Next Generation 15.10 Men's Fashion 16.00 Fashion Schools 16.30 Ready to Wear Le novità dai migliori negozi 17.15 London Fashion Week Le tendenze della moda inglese 18.00 Boys&Girls La moda per i giovani 19.15 On the Beach Le tendenze dalle spiagge del mondo 20.00 Tg Moda News 20.10 Paris Haute Couture 21.00 Full Show Designer

CON ITALO

Starhotels e Ntv ora alleati

Starhotels e Ntv alleati. La catena alberghiera diventa partner in esclusiva del nuovo operatore ferroviario, prima impresa ferroviaria privata al mondo nell'Alta velocità. L'accordo prevede vantaggi per i viaggiatori Italo e i clienti Starhotels, grazie alla carta «Italo Più», il programma fedeltà per i viaggiatori Italo che permette di accumulare punti per ogni euro speso acquistando biglietti ferroviari o i servizi dei partner. Starhotels riconosce infatti 6 punti fedeltà Italo Più per ogni euro speso nei 20 hotel della catena in Italia, inclusi i tre alberghi italiani della Collezione: Rosa Grand di Milano, Splendid Venice di Venezia e Savoia Excelsior Palace di Trieste. Nell'ambito dello stesso accordo, Starhotels diventa anche un «premio»: il titolare della carta «Italo più» può infatti decidere di sfruttare i punti accumulati regalandosi un soggiorno in un albergo Starhotels nel cuore delle città. Inoltre, con ItaloLive, il portale di bordo, i viaggiatori Italo avranno la possibilità di prenotare un soggiorno in Starhotels anche all'ultimo minuto, direttamente in treno, collegandosi online sul link dell'albergo prescelto.

A BRUXELLES

Acetaia Malpighi pluripremiata

Tre stelle d'oro e un punteggio elevatissimo: l'International Taste & Quality Institute di Bruxelles ha attribuito massimo riconoscimento ai due prodotti presentati da Acetaia Malpighi al premio internazionale Superior Taste Award 2012. A portare a casa ciascuno tre Golden Star sono stati gli aceti balsamici Saporoso riserva 8 anni e Prelibato. Il Superior Taste Award, premio al gusto e al successo dei prodotti aziendali sul mercato internazionale, costituisce un biglietto da visita importante per i due prodotti vincitori selezionati dalle più prestigiose associazioni culinarie europee e dell'Association de la Somellerie International presente in più di 30 paesi europei. I due prodotti sono stati giudicati da 90 e lode e «simboleggiano la capacità evolutiva che Massimo Malpighi ha portato all'interno dell'azienda familiare», fa sapere l'Acetaia Malpighi. «Un'innovazione che non riguarda soltanto il mercato e l'export, ma anche e soprattutto il prodotto».