



Asca andrà nello spazio con AirPress



L'agenzia di stampa *Asca* amplia il raggio d'orizzonte e specializzazione al mondo dell'aerospaziale. Con un'operazione che porterà sotto il cappello della testata diretta da **Gianfranco Astori**, *AirPress*, prestigioso periodico nell'ambito dell'informazione aeronautica e spaziale. Di fatto, *AirPress* diventa così il braccio specialistico sul mondo dell'aerospaziale (ma non solo), dell'agenzia di stampa quotidiana del gruppo guidato da **Luigi Abete** (foto). Rilevata dall'Editoriale Aeronautica (che fa capo a una serie di soci, tra cui già anche lo stesso Abete), la pubblicazione che viene stampata da oltre cinquant'anni è ormai probabilmente anche l'unica agenzia (sotto forma di pubblicazione settimanale) rimasta ad occuparsi in modo specialistico di aerospaziale. In parallelo, Astori, che affiancherà alla direzione dell'*Asca* anche quella di *AirPress* (al posto di **Mauro Miccio**), avrebbe appena arruolato un esperto del ramo come **Gianni Todini**. Una lunga esperienza nel settore, proveniente dal gruppo Blue-Panorama Airlines, dove si occupava dell'ufficio stampa e della comunicazione, entra nel team dell'*Asca* come caposervizio.

Novità al Sole di novembre

Dopo tanta attesa, quasi in contemporanea con il debutto del nuovo programma dell'esecutivo tecnico dell'economista **Mario Monti**, sono pronte a decollare al *Sole-24Ore* le novità preparate da mesi dal direttore **Roberto Napoletano**. Come anticipato dal *Mondo* 40, il direttore del quotidiano confindustriale ha deciso di vedere tutta la redazione in sessione plenaria. Primo incontro martedì nella capitale e giovedì 24 nell'headquarters milanese, per spiegare la ratio del nuovo piano d'azione: terzo dorso, Economia e Territorio in primis (mentre quelli regionali chiuderanno a febbraio). E poi la discussione sull'ipotesi contratto di solidarietà.

Ornaghi veneto nel nuovo Salone

Il debutto del nuovo ministro della cultura **Lorenzo Ornaghi** (foto, già rettore dell'Università Cattolica a Milano)? Sarà sabato 26 novembre al Future Centre di Telecom Italia, nella cornice unica del Convento San Salvador a Venezia. E in parallelo ci sarà un altro debutto: la prima edizione del Salone europeo della cultura di Venezia. Il progetto, assieme al lavoro del Comitato di lavoro



guidato da **Innocenzo Cipolletta**, punta a traghettare Venezia e il Veneto verso l'ambito traguardo del titolo di capitale della cultura 2019. Dietro al nuovo Salone ci sono il mensile *Nordesteuropa.it* e il *Corriere della Sera* in collaborazione con Telecom Italia, UniCredit e Porsche Italia. D'ora innanzi (e fino al 2019) il Salone sarà un appuntamento annuale di confronto sui principali temi della cultura e dell'economia tra le grandi capitali culturali europee. Si comincia con Parigi, e si continuerà secondo quanto risulta al *Mondo*, con Berlino. Tra gli altri relatori attesi a Venezia, il direttore generale della casa editrice Grasset, **Manuel Carcassonne** che dialogherà con il presidente Marsilio, **Cesare De Michelis**. E big dell'economia come **Riccardo Illy**.

Rapporto Carelli, in tv prime time

Rapporto Carelli. Dovrebbe chiamarsi così, secondo quanto risulta al *Mondo*, il nuovo talk di attualità politica firmato e condotto da **Emilio Carelli** (già direttore di *Skytg24*). In onda in diretta due volte la settimana, rigorosamente in prime time, darà sicuramente del filo da torcere ai signori (già collaudati) del talk giornalistico televisivo. Con un taglio d'indagine giornalistica che dovrebbe allargare lo sguardo a una dimensione anche internazionale.

L'advertising Accenture fa scalo in aeroporto

Accenture lancia la nuova brand campaign che andrà su stampa, radio, televisione, presso gli aeroporti (73 scali in 35 Paesi, Linate, Malpensa e Fiumicino in Italia) e grandi spazi esterni. Verranno utilizzate anche le forme di pubblicità online, i motori di ricerca, le piattaforme di mobilità, i social media e i pannelli interattivi. Per lo sviluppo creativo la scelta è caduta su Tbwa/Chiat/Day (nata nel 1995 dal merger Tbwa con Chiat/Day) come team pubblicitario, mentre Tag Worldwide è la nuova agenzia di produzione di Accenture, con l'incarico di tradurre e implementare la campagna su tutti i media del mondo.

Un pubblicitario a caccia. A Stupinigi

C'è un regista, di grande esperienza in ambito pubblicitario, dietro all'operazione di comunicazione della riapertura della storica Palazzina di caccia di Stupinigi (Torino). Assieme alla famiglia Testa forse il più celebre pubblicitario torinese, **Silvio Saffirio** (co-fondatore negli anni '60 della Barbella Gagliardi Saffirio) sarà lui d'ora innanzi a curare le strategie di advertising della Palazzina.

Dal Louvre a Milano, con Eni e Skira

Comunicare ad arte. E con l'arte. È la scelta di Eni che con la collaborazione del Comune di Milano e del Museo del Louvre porta per la prima volta a Milano e in Italia l'Adorazione dei pastori di Georges de Latour, conosciuto come il «Caravaggio dei francesi», nella ormai tradizionale mostra di Palazzo Marino. Dal 26 novembre all'8 gennaio 2012, anche quest'anno il pubblico potrà ammirare gratuitamente dipinti provenienti dal Louvre ed esposti in Sala Alessi. La mostra è curata da **Valeria Merlini** e **Daniela Storti** (il catalogo è di Skira).

Wind Xmas time per NaBabbo Natale

Advertising di Natale per Wind con **Vanessa Incontrada** e **Giorgio Panariello**, sempre nei panni di Naomo anzi di un NaBabbo Natale. Al centro della comunicazione l'offerta All Inclusive Ricaricabile. Regista **Marcello Cesena**, casa di produzione la Movie Magic che ha lavorato su musiche di **Lenny Kravitz**.