

## E3 promuove Carta Compass Gold



E' online all'indirizzo [www.compassgold.it](http://www.compassgold.it) il minisito realizzato da E3 per promuovere sul web Carta Compass Gold, la nuova carta di credito di Compass. L'animazione del minisito riprende il concept dell'annuncio stampa, con presenza di elementi che connotano un livello di status elevato, dove campeggia un bicchiere di prezioso cristallo che si tra-

sforma in oro all'avvicinarsi della carta Compass Gold. La campagna pubblicitaria online durerà circa 2 mesi, prevede diversi formati e attività di mobile marketing. Le concessionarie che fanno parte del planning sono Wind, Niumida Adv, Tim, Email.it, Yahoo! e Google oltre il circuito performance based di TradeDoubler. Il layout del minisito è stato realizzato dall'art director Lorenzo Colombo, l'animazione video e tutta la campagna pubblicitaria sono firmate dall'art director Fabio Mennuni con la direzione creativa di Maurizio Mazzanti.



## Enel cerca creatività con contest su Zooppa

Comunicare alle famiglie italiane Energia Sicura, la nuova offerta di Enel Energia. Con questo tema dovranno cimentarsi, da oggi fino al 26 marzo, gli oltre 13mila iscritti alla community on line di Zooppa. L'iniziativa di Enel, lanciata in collaborazione con Isobar, è accessibile all'indirizzo internet <http://enelcontest.zooppa.com>. Gli utenti che vogliono partecipare al concorso devono inviare qualsiasi materiale utile, video, annunci stampa, spot radio o semplici idee, a una vera e propria campagna di comunicazione. In palio, per i vincitori, un monte premi totale di 8.000 Zoop\$, una moneta virtuale emessa dalla ZoopBank, che equivale al dollaro americano. Per partecipare è necessaria l'iscrizione alla community di Zooppa, all'indirizzo internet <http://it.zooppa.com>.

## Editoria



Dal lunedì è in edicola con **Tv Sorrisi e Canzoni** e **Donna Moderna** la raccolta **Il corpo umano**, fascicoli didattici illustrati con i componenti per costruire uno scheletro a altezza reale, completo di organi, insieme a una guida per far conoscere ai bambini i misteri del corpo umano. Il primo numero esce al prezzo promozionale di 1 con il primo pezzo dello scheletro da montare e la guida didattica.

## Licensing

**Officina Idee**, titolare della licenza di distribuzione del marchio, ha presentato ieri a Milano le collezioni p/e della linea **Giro d'Italia Fashion**, che interpreta in chiave vintage la storia della 'corsa rosa'. La linea sarà presentata sulle testate del gruppo Rcs e sportive e lungo le tappe di svolgimento del tour.