

Mediavip è un'agenzia che offre strumenti media e di marketing operativo e relazionale per entrare da protagonisti in alcuni mondi di élite: dal turismo nautico al golf, dall'arte alla cultura. Il 17 e il 18 dicembre organizza a Firenze il 'Ponte Vecchio Golf Challenge' 2005. Ne parliamo con Claudio Candia, Amministratore e Direttore marketing di Mediavip.

UPPER CLASS A 360 GRADI

di Gianni Martinelli

Mediavip è l'interlocutore più autorevole per i pianificatori di pubblicità che hanno l'esigenza di comunicare con un target di opinion leader ad alto potenziale di spesa. Attraverso strumenti media e di marketing operativo e relazionale, Mediavip realizza efficaci strategie di comunicazione che offrono la certezza di raggiungere un target selezionato nel luogo del tempo libero, nel momento più intenso di slancio, passione e libertà.

Uno degli eventi più importanti organizzato da Mediavip è sicuramente il 'Ponte Vecchio Golf Challenge' che si terrà a Firenze il 17 e il 18 dicembre 2005. Un evento affascinante che attrae migliaia di persone e che regala i brividi di giocare direttamente dal ponte più famoso d'Italia, sotto lo sguardo irresistibile del David di Michelangelo. Il target dell'evento Ponte Vecchio, e più in generale di tutti quelli organizzati

da Mediavip, è l'upper class e tutto quello che le ruota intorno a 360 gradi, interpretato nei concetti di top, lusso e opinion leader. Le sue principali aree di attività sono infatti, oltre al già citato golf

(Mediagreen), anche il mare (Mediablù) e l'arte (Mediarts).

Per discutere delle ultimissime novità di questa importante agenzia, abbiamo intervistato Claudio Candia, Amministratore e Direttore marketing di Mediavip, che ci ha illustrato le strategie e le principali aree di intervento della società. "Raggiungere il target nel luogo delle passioni, nel momento delle emozioni": è questa la mission che Mediavip persegue con la determinazione che l'ha resa oggi punto di riferimento da parte degli investitori di pubblicità che hanno l'esigenza di comunicare a cluster di target medio alto, individuabili attraverso stili di vita, momenti di aggregazione e siti di frequentazione ben precisi. Mediavip alimenta le proprie competenze e le trasferisce come vantaggio competitivo al mercato e alle aziende che le vogliono utilizzare. In questo processo sono tre gli elementi fondamentali: i media, i luoghi e i momenti. I media vengono integrati per predisporre delle attività di marketing operativo e relazionale nei luoghi di frequentazione costante, ripetitiva e certificata

Quest'anno l'appuntamento a Firenze per il Ponte Vecchio Challenge è fissato per il 17 e 18 dicembre. Un evento irrinunciabile per chi ama il golf.





La cartina mostra i principali golf club italiani che Mediavip ha riunito in network, organizzando un'offerta di circuito Italia di totem di esterna.

durante alcuni momenti (eventi) definiti. In questo modo vengono identificati dei cluster di target specializzati ai quali sono offerti delle catene di strumenti molto particolari. In questo articolo presenteremo tutti i principali circuiti di intervento di Mediavip, focalizzandoci in particolare sul settore golf e sull'evento Ponte Vecchio Golf Challenge.

MEDIAGREEN

Mediavip opera a 360 gradi nel mondo del golf. Innanzitutto pubblica l'annuario ufficiale della Federazione Italiana Golf. Si tratta di un'operazione editoriale di estrema importanza in quanto l'annuario è la pubblicazione principale della Federazione con una distribuzione certificata e garantita dalla medesima. L'annuario ha una tiratura di circa 44mila copie, riporta tutto il calendario delle gare e viene distribuito a tutti i golfisti tanto da diventare per loro uno strumento unico e irrinunciabile.

Mediavip ha riunito i network dei principali circoli di golf italiani, realizzando in questo modo la possibilità di uno strumento per incidere più performanti nel mondo del lusso. All'interno di tutti i principali circoli di golf italiani Mediavip ha collocato un totem disegnato da Pininfarina che è diventato in questo modo un efficace mezzo di *brand placement* per prodotti di lusso. Creando un vantaggio di marketing competitivo per le brand presenti (quindi appartenenti a un target di lusso) togliendo gli assenti. Tra le marche presenti nel totem ricordiamo Audi, Unicredit, Chanel, ecc.

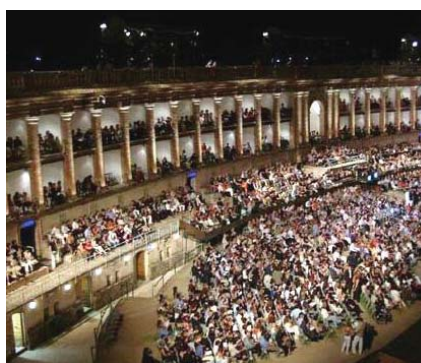
Annuario e totem sono quindi due tra le operazioni più importanti che Mediavip realizza nel mondo del golf. Ma forse l'evento più conosciuto, anche per la massiccia copertura televisiva, è il 'Ponte Vecchio Golf Challenge' arriva quest'anno alla sua sesta edizione, dopo il grande successo degli anni precedenti. L'evento, nato da una idea di Romano Boretti patron di Conte of Florence, e sviluppato e organizzato in partnership con Mediavip vede quest'anno uno sponsor d'eccezione e di prestigio, AAMS



Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato, e miscelerà in una ricetta unica non solo arte e sport, ma anche costume, gossip, solidarietà e cultura, shopping, gastronomia, sightseeing...

La formula della manifestazione ormai è nota: giocatori di livello europeo, partendo dalle famose arcate del Ponte Vecchio, devono centrare tre isole galleggianti sull'Arno, poste a metraggi differenziati, rispettivamente a 70, 120 e 180 metri. Con la formula 'nearest to the pin', i giocatori

Mediavip collabora con diversi enti lirici e concertistici, tra cui la Filarmonica della Scala di Milano (a destra), lo Sferisterio di Macerata (in basso), il Teatro Regio di Torino e la Filarmonica '900 del Teatro Regio di Torino.



devono ripetere i colpi per diciotto volte, tante quante sono le buche di un vero percorso golfistico, con un importante montepremi di 50mila euro.

Vedere giocare il golf da campioni riconosciuti, da un *tee* di partenza sotto la galleria del Vasari, dal ponte tra i più famosi al mondo, nel cuore della città d'arte più celebrata, non rappresenta solo una attrazione per il pubblico. È la sintesi, resa evidente, di una possibilità unica che offre il nostro Paese a tutti i golfisti del mondo, quella di poter realizzare il proprio viaggio turistico, soddisfacendo non solo la propria passione sportiva ma anche il piacere di vivere lo stupore e l'emozione di fronte all'arte, nelle nostre città e paesi, da nord a sud del bel paese.

Grande sarà anche la partecipazione di vip, che prenderanno parte alla Vip-am, una gara fra campioni e personaggi del mondo della cultura, dello sport e dello spettacolo. Quest'anno si prevede un derby tutto milanese in riva all'Arno. Ci saranno infatti gli ex calciatori di Milan e Inter, Daniele Massaro e Nicola Berti a contendersi il green, oltre agli ex viola Antognoni, ormai special guest della manifestazione, Beppe Dossena e Gianfranco Zola. Prevista anche la presenza di *Striscia la Notizia* con Valerio Staffelli.

E per chi il Golf ancora non lo 'mastica' perfettamente ecco lo scenario romantico e incantevole di piazza della Repubblica, dove si svolgeranno lezioni gratis per tutti; del Palagio di Parte Guelfa con il salone del Brunelleschi e la porta del Ghiberti, dove avrà sede per i giorni della manifestazione questo club unico; per non par-





Mediablù è la linea di attività di Mediavip che si occupa di Nautica. Tra gli eventi principali la Volvo Cup, il più autorevole circuito velico italiano.

lare delle vie del centro storico fiorentino che si mescolano e si rincorrono in un'atmosfera colorata e resa ancor più gioiosa dagli addobbi natalizi.

L'Italia può offrire ai golfisti di tutto il mondo un'immersione nella cultura e nell'arte, sia nelle città famose del 'Gran tour internazionale' ma anche nei piccoli siti della nostra provincia. Il 'Ponte Vecchio Challenge' rende evidente questa possibilità che sarà anche discussa nel Work Cafè di quest'anno, un momento di confronto tra operatori e ospiti che si svolge la domenica mattina dell'evento. Mediavip, come organizzatori e ideatori dell'evento con Conte of Florence, è orgogliosa di ricoprire un ruolo per valorizzare e supportare, grazie all'economia legata agli eventi e alle sponsorizzazioni, le iniziative di imprenditori del golf e del turismo, generando strumenti di comunicazione e promozione, inducendo ricadute di valore economico sul territorio, un orgoglio che si legge in tutti i partner sponsor grandi e piccoli dell'evento. Un ricordo indelebile per chi ha la fortuna di vivere il 'Ponte Vecchio Challenge'.



Mediavip organizza nei mondi oggetto delle sue specialities tour promozionali (nella foto il lancio del Volkswagen Touareg).

MEDIARTS

L'arte è un'emozione universale, consente di vivere passioni ed emozioni indipendenti dalla cultura e dal sapere tecnico del fruitore. Mediavip si fa portatore di questo valore dell'arte e interviene soprattutto a supporto degli enti lirici e concertistici che rappresentano un valore culturale immenso per l'Italia. È necessario però che il mercato le interpreti sempre di più come prodotti o driver di marketing per giustificare gli investimenti effettuati verso questi tipi di realtà.

Mediavip è presente nel mondo dell'arte e



La cartina mostra i principali Porti Turistici che Mediavip ha riunito in network, organizzando un'offerta di circuito di spazi luminosi.

della cultura attraverso la collaborazione con la Filarmonica '900 del Teatro Regio di Torino. L'obiettivo è quello di supportare in linea generale tutte le attività del teatro, verticalizzando anche su un preciso programma di opere. La Filarmonica '900 ha stupito favorevolmente il proprio pubblico per un programma di concerti attualizzati sulla musica contemporanea, dal jazz, agli architanghi. Per il 2006 è previsto un evento eccezionale: la Filarmonica '900 suonerà la partitura originale di Cabiria con la contemporanea proiezione del film, attualmente in restauro a Londra, che può essere considerato il primo colossal della storia del cinema mondiale.

Sempre nel campo dell'arte citiamo la collaborazione di Mediavip con lo Sferisterio di Macerata, uno dei festival lirici più importanti d'Italia. Questo palco è uno dei preferiti e più ambiti dai principali artisti italiani e Mediavip lo ha saputo trasformare in uno strepitoso strumento di coinvolgimento di un target altamente qualificato. Alla prima dello scorso anno l'intero parterre era rappresentato dal gotha dell'industria italiana del centro Italia e dalla classe politica romana.

Un'altra importantissima collaborazione di Mediavip è quella con la Filarmonica della Scala di Milano. Quest'ultima rappresenta, senza ombra di dubbio, un vessillo dell'ar-

te, in grado di rappresentare l'eccellenza italiana in giro per il mondo e di stimolare un coinvolgimento sacrale, emotivo ed entusiastico. Mediavip ha realizzato un progetto in grado di coinvolgere le principali aziende italiane in vere e proprie missioni economiche e finanziarie all'estero per le tournée previste in Europa nel 2006 e negli Stati Uniti nel 2007. La Filarmonica della Scala offre comunque anche una relazione stabile con l'establishment economico e politico italiano, e milanese in particolare, dato che prevede un programma di dieci concerti a Milano e un significativo tour di concerti itineranti in tutta l'Italia.



MEDIABLÙ

Il mondo del mare e della nautica è da sempre una delle aree di intervento più importanti di Mediavip che dal 2001 ha curato la sponsorizzazione sportiva della Volvo Cup, il circuito velico più selettivo e autorevole che esiste in Italia. Le classi veliche che partecipano alla Volvo Cup sono quelle di 20 e 30 piedi. Quasi tutti i grandi professionisti della vela italiana hanno partecipato ad almeno una tappa di questo circuito, che per loro rappresenta anche un momento di divertimento. La Volvo Cup ha poi raggiunto l'eccellenza con una copertura televisiva su SKY Sport unica, che nessuna regata italiana ha mai avuto. Nel mondo della nautica, Mediavip ha riunito in network i principali porti turistici italiani, organizzando un'offerta di circuito Italia di spazi luminosi, curando la sponsorizzazione sportiva (regate, trofei velici) e le attività di promotion nei luoghi di frequentazione, e gestendo le sponsorizzazioni in alcuni grandi eventi aggreganti di questo mondo, come appunto la Volvo Cup. MK