

Diamo spazio  
alla vostra creatività  
nei quattro principali  
aeroporti in Cina



**MEDIA  
and  
TRADE**

[www.mediaandtrade.com](http://www.mediaandtrade.com)

## Eventi Sono trentotto i prodotti selezionati a Eletto Prodotto dell'Anno, il premio dato all'innovazione

Il privilegio maggiore per i vincitori è l'utilizzo del Logo Eletto Prodotto dell'Anno per un anno in tutte le comunicazioni



I finalisti per una foto di gruppo celebrativa

**S**ono 8.014 i consumatori del panel TNS Italia che hanno valutato i prodotti selezionati per partecipare a Eletto Prodotto dell'Anno e hanno eletto quelli più innovativi. La scelta è stata fatta tra prodotti sempre più pratici, funzionali, ecologici ed ecocompatibili. La premiazione per celebrare i 38 prodotti eletti tra i circa 100 selezionati si è tenuta il 28 gennaio all'Alcatraz di Milano, sotto l'Alto Patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico e ha coinvolto personaggi del mondo dell'industria, del marketing, della distribuzione, nonché della stampa e della comunicazione. Il premio è sostenuto da importanti Media Partner (Mark Up, IGP Decaux, MyMarketing.Net, DailyMedia, Mediaforum e Telsia) e ha ottenuto il Patrocinio della Rappresentanza a Milano della Commissione Europea, del Comune di Milano, di ECR Italia, di UPA, di Assocomunicazione, di IAA e di Unioncamere. Partner del Premio sono anche TNS Italia, IRI Information Resources Inc

e GfK Marketing Services Italia. Eletto Prodotto dell'Anno è l'unico riconoscimento in Italia basato sul solo voto dei consumatori. L'elezione dei prodotti avviene attraverso una ricerca di mercato, la più rilevante e rappresentativa per numero di individui coinvolti. Oggi il consumatore è più attento e razionale e premia le aziende che sanno coniugare prezzo, relazione con il consu-

matore e qualità sia del prodotto sia dei valori che animano l'impresa. I consumatori vogliono vedere emergere l'impegno e la serietà dell'azienda, della sua mission, della sua etica, dei suoi valori. Il privilegio maggiore per i vincitori è senza dubbio l'utilizzo del Logo Eletto Prodotto dell'Anno per un anno in tutte le comunicazioni di prodotto. Il vantaggio competitivo per

i prodotti del largo consumo è spesso determinato dal presidio nel punto vendita. Il Logo Eletto Prodotto dell'Anno – che ha ormai raggiunto un'awareness del 59% (fonte TNS 2009) – consente di comunicare l'elezione in maniera particolarmente efficace e proprio all'interno del supermercato/ipermercato, nel momento in cui il consumatore compie l'atto di acquisto.

### Emittenti R101 rinnova l'accordo biennale con la FIR: appuntamento al torneo Sei Nazioni e ai Cariparma Test Match

R101, l'emittente del gruppo Mondadori, conferma il proprio impegno a fianco della Nazionale Italiana Rugby e rinnova l'accordo biennale con la FIR. Proseguendo nella consolidata attività degli ultimi anni, R101 continuerà a seguire in qualità di radio ufficiale tutti gli eventi sportivi più importanti che vedranno impegnati gli Azzurri nel biennio 2010-2011. In particolare, il contributo di R101 per il mondo della palla ovale si concentrerà sul prossimo torneo Sei Nazioni 2010, che impegnerà la Nazionale in due match allo stadio Flaminio di Roma: Italia vs Inghilterra, domenica 14 febbraio e Italia vs Scozia il 27 febbraio. In concomitanza con il Sei Nazioni, R101 proporrà lo speciale "Scatta in meta", dove ai microfoni sarà protagonista Alessandro Troncon, ex capitano e attuale assistente allenatore degli Azzurri di Nick Mallett. La presenza di R101 al Sei Nazioni si concretizzerà inoltre con una campagna di affissioni a Roma e la realizzazione di uno stand targato R101 per "animare" il Villaggio FIR durante il terzo tempo del torneo. Altro appuntamento di rilievo del 2010 saranno nuovamente i Cariparma Test Match 2010, che a novembre proporranno a tutti gli appassionati della palla ovale le partite degli Azzurri contro Australia, Argentina e Fiji. Nell'ambito di una più ampia attività di promozione dei valori del rugby che possa coinvolgere soprattutto le giovani generazioni, R101 continuerà a coinvolgere i propri ascoltatori attraverso programmi, notiziari, rubriche di approfondimento dedicati alla palla ovale e ai suoi campioni.