

L'AZIENDA HA SCELTO DI SOSTENERE IL MOVIMENTO "IO AMO INTERNET"

Telecom Italia, l'amore per il web in un concorso

INIZIATIVA CON WIRED ITALIA, SULLA PIATTAFORMA DI ZOOPPA.COM IL VIDEO BRIEF PER PARTECIPARE

Telecom Italia ha scelto di sostenere "lo amo Internet" (www.amointernet.it), il movimento nato per celebrare l'importanza della rete come strumento di cultura, progresso, business e comunicazione nel nostro Paese. Da sempre impegnata nella diffusione dell'innovazione e della cultura tecnologica nel nostro Paese, Telecom Italia ha infatti deciso di aderire al movimento con cui professionisti ed esperti del settore si sono mobilitati virtualmente a favore di un uso responsabile

Il sito del movimento "lo amo Internet". In palio un montepremi di 9.700 dollari

e libero del web e, in collaborazione con il magazine **Wired**

Italia, ha lanciato un concorso online per la creazione del pri-

mo video-manifesto del web. Fino al 30 settembre su **Zooppa.com** - la piattaforma di user generated advertising già popolata da oltre 40.000 creativi in tutto il mondo - sarà infatti possibile accedere al contest "lo amo Internet" (www.zooppa.it/contests/io-amo-internet), consultare il video brief registrato dal direttore di Wired Italia **Riccardo Luna**, e proporre inedite dichiarazioni d'amore per il web in forma di clip. Per le idee migliori in palio un montepremi complessivo di 9.700 dollari.

A OTTO ANNI DALLA NASCITA LA SOCIETÀ RINNOVA LA PROPRIA IDENTITÀ Cb'a Design Solutions firma il sito di Lorient Consulting

IL WEBSITE È STATO STUDIATO E IMPLEMENTATO PER OFFRIRE UNO SPAZIO DI SCAMBIO E DI DIALOGO PROFESSIONALE

A 8 anni dalla fondazione, **Lorient Consulting** rinnova la propria identità e, con l'aiuto di **Cb'a Design Solutions**, ha ridisegnato il marchio e il sito Lorienconsulting.it. In un contesto sociale ed economico turbolento e in grande e dinamica evoluzio-

ne, Lorient fornisce dati, ricerche e soluzioni che semplificano la complessità dei mercati e dei sistemi, condividendo i processi di decisione e di azione con i propri referenti. In questa prospettiva il nuovo sito è stato studiato e implementato per offrire uno

spazio di scambio e di dialogo professionale: un sito di presentazione attraverso cui conoscere meglio Lorient, la visione, i principi, le professionalità, la struttura operativa, le specializzazioni, le best practices, i modelli e i tool metodologici; un sito di informa-

zione per accedere a una "library" di dati, studi e ricerche, case history, fonti e link di rilevanza e utilità per gli operatori e gli analisti; un sito di partecipazione in cui, attraverso la sezione "opinioni", dire la propria, condividere idee, visioni e suggerimenti.

Dal 2.000 il punto di riferimento per l'informazione motoristica on line

880.562 visite uniche e 9.778.010 pagine viste (Google Analytics gennaio 09)

Caval Service Web Media - Tel. 0444 32.41.22 - marketing@cswm.it