

Giuria Effie Awards Italy

Final Round – 6 giugno 2019

Presidente della giuria:

ALBERTO COPERCHINI – Global Media Vice President GRUPPO BARILLA

GIUSEPPE ARDIZZONE – Director & Strategic Planner at GRUPPO RONCAGLIA

VITTORIO BUCCI - Ceo & Partner INMEDIATO MEDIAPLUS

MARCO FANFANI - Group Country Manager - Chief Executive Officer TBWA\ITALIA

MARIANNA GHIRLANDA – Chief Executive Officer DLVBBDO

MASSIMILIANO GUSMEO – Chief Executive Officer TRUE COMPANY

LUCA JOSI - Brand Strategy Media & Multimedia Entertainment Executive Vice President TIM

ALESSIA OGGIANO - CoFounder & Managing Director THE BIG NOW

VIRGINIA PALLAVICINI - Sales Leader TAM & Ad Intel NIELSEN

GIANMARIA PASQUAL - Media Director PERFETTI VAN MELLE

GRAZIANA PASQUALOTTO – OMG Vice President

ALBERTO PICOTTI – Media Director GIOCHI PREZIOSI

GIOVANNA PINNA - Media Director CHANEL

BARBARA SALA - Connections & Media Director Central & Southern Europe COCA-COLA ITALIA

FABIO SPAGNUOLO - Responsabile Pubblicità e Web INTESA SANPAOLO

MATTEO STARRI - Research & Insight Director WE ARE SOCIAL

PAOLO STUCCHI – Chief Executive Officer Dentsu Aegis Network Italia

ELISABETTA TAVERNA - Sector Lead - Tech, Telco & Energy, Consumer Goods & Healthcare, Entertainment GOOGLE

BELA ZIEMANN - Chief Strategy Officer PUBLICIS

Giuria Effie Awards Italy

Final Round – 6 giugno 2019

Presidente della giuria:

ALBERTO COPERCHINI – Global Media Vice President GRUPPO BARILLA



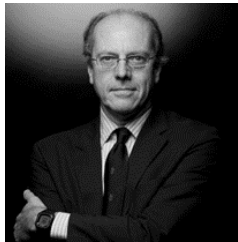
Nato a Milano, Liceo Classico, Laureato in Economia Aziendale in Bocconi, lunga esperienza lavorativa in Unilever, dove ha ricoperto diverse posizioni nel Marketing Italiano e Europeo, lavorando a Milano e Parigi.

A fine anni 90 assume la responsabilità del Media e Marketing Services della multinazionale Anglo-Olandese in Italia.

Dal 2006 in Barilla come Media, Adv Production&Procurement Group Vice President a livello globale.

Membro dei Consigli di Amministrazione di Auditel, Audiweb, Audimovie.

GIUSEPPE ARDIZZONE - Director & Strategic Planner at Gruppo Roncaglia



Giuseppe Maria Ardizzone è Strategic Planner nel Gruppo Roncaglia una delle più dinamiche aziende di comunicazione e marketing indipendenti italiane. Oltre a presidiare le aree ATL, CRM e Consumer Intelligence, affianca il board nello sviluppo delle innovazioni.

Giuseppe ha iniziato la sua attività in pubblicità, alla McCann Erickson crescendo nelle aree dello sviluppo strategico, media, analytics, soluzioni non convenzionali. Quindi è stato Marketing Director del WWF Italia,

Advertising Manager in Roncaglia & Wijkander e Direttore della sede di Roma della Weber Shandwick, agenzia di pubbliche relazioni.

Oggi disegna brand multichannel projects basate su storytelling and gamification gestendo anche l'unità Data Insight del Gruppo Roncaglia.

E' anche docente universitario, collezionista di arte moderna, musicista e runner.

VITTORIO BUCCI - Ceo & Partner INMEDIATO MEDIAPLUS



Vittorio Bucci opera nella comunicazione e nel marketing digitale dal 2003. Ha iniziato il suo percorso in una startup per poi lavorare in alcuni tra i principali network internazionali in ambito media. Ha contribuito allo startup Milanese dell'agenzia ADVance (ora Netbooster), è stato a capo della unit digitale di Mediacom Roma ed è successivamente approdato in Omnicom Media Group con l'obiettivo di sviluppare la società focalizzata su strategie e servizi di marketing a valore aggiunto (prima Resolution, ora Annalect). In Omnicom Media Group ha avuto la chance, nel 2012 e

come Managing Director, di lanciare e consolidare PHD Media. Da Agosto 2017 è a capo di Inmediato Mediaplus, agenzia indipendente del gruppo Serviceplan. Spesso speaker in eventi del settore (tra cui il Wired Next Fest), Vittorio ha anche contribuito alla realizzazione di alcuni saggi in ambito marketing (tra cui "Audience Marketing", "Sentience", "Sharing Economy: la Mappatura dei servizi collaborativi". Il suo profilo completo è su LinkedIn.

ALBERTO DAL SASSO – Managing Director Italy Nielsen TAM – Adintel (Italy) Head of RAM (International)



Torinese e (dunque) Torinista, Alberto ha vive tra Milano e Torino dove ha famiglia, ha una esperienza in Nielsen di oltre 20 anni in ruoli diversi. Dopo la Laurea in Economia a Torino ed un master in marketing e comunicazione a Ca' Foscari inizia la sua carriera nel gruppo Havas, ha raggiunto poi nel 1996 Nielsen dove ha lavorato per anni in Nielsen Media Research come Direttore Commerciale e Marketing Italia e poi come Managing Director Italia. Nel 2015 è stato Presidente di Nielsen Tv Audience Measurement fino alla fusione di tutte le aziende del gruppo in Nielsen Italia. E' oggi Managing Director Italia di Nielsen TAM e di Adintel e Consigliere di Amministrazione di Nielsen Italia con deleghe su sul busienss media. Ha un background di tipo statistico-economico che ha perfezionato poi in ambito gestionale con un Master in Business Administration in SDA Bocconi. Si sta occupando dal 2018 dello sviluppo a livello globale della misurazione della Radio (RAM - Radio Audience Measurement), viste anche le recenti evoluzioni tecnologiche del mezzo (Podcast, Radio Digitale, Mobile) e i gli investimenti dedicati da Nielsen sulla tecnologia di misurazione. Attuale Presidente del Capitolo Italiano della International Advertising Association: associazione internazionale che ha lo scopo di promuovere e supportare il dibattito su temi di frontiera riguardanti la comunicazione ed il marketing e Membro del Consiglio di UPA Formazione.

MARCO FANFANI - Group Country Manager & CEO TBWA



Nasce a Buenos Aires il 4 agosto 1955.

Ha iniziato la sua attività nel mondo della pubblicità in Young & Rubicam per poi aprire nel 1982, a soli 27 anni, la sua agenzia di pubblicità: Tonic.

Il controllo di Tonic fu poi acquisito nel 1986 dal Gruppo Havas.

Tonic diventa Ata Tonic e in brevissimo tempo conquista stabilmente un posizionamento all'interno delle prime 20 agenzie italiane.

Nel 1998 vende le sue quote di Ata Tonic ed entra in Leo Burnett Italia come Managing Director.

Da marzo 2002 è Chief Executive Officer di TBWA\Italia.

Marco Fanfani vive a Milano con sua moglie Giovanna. Ha tre figli gemelli di 22 anni.

MARIANNA GHIRLANDA - Managing Director DLVBBDO



Marianna Ghirlanda dal 2018 guida l'agenzia DLV BBDO. Dopo la laurea in architettura con specializzazione in ergonomia e un master in marketing ha iniziato la sua esperienza lavorativa come designer. Nel 2001 si è avvicinata al mondo della comunicazione lavorando per 10 anni in agenzie creative in Italia e all'estero. Per i successivi 8 anni è stata in Google e si è occupata delle partnership creative e dei progetti speciali con particolare focus su YouTube.

MASSIMILIANO GUSMEO - Managing Partner TRUE COMPANY



Dopo essersi laureato in comunicazione pubblicitaria ed aver iniziato la carriera in agenzia, diventa, fin da subito, docente presso prestigiose Accademie di Comunicazione, dedicandosi per 7 anni all'insegnamento. Nel mentre, pensa bene di fondare la propria agenzia (1996) ed iniziare una cavalcata imprenditoriale che dura ancora oggi dopo oltre 20 anni. Durante questo lasso di tempo fonda 8 società specializzate in diverse discipline nel campo della comunicazione e, perché no, anche in altri campi. Da creativo si trasforma in lettore attento di bilanci, di numeri e di finanza; sembra strano ma il passaggio non è stato poi così assurdo. Gli piace pensare che la parte destra del cervello e quella sinistra si parlino e si completino più di quanto solitamente crediamo.

LUCA JOSI - Brand Strategy Media & Multimedia Entertainment Executive Vice President TIM



Luca Josi, Albenga, 1966.

Già giornalista professionista.

Segretario del Movimento Giovanile Socialista dal 1991 al 1994 e membro della Direzione e dell'Esecutivo PSI negli stessi anni.

Fondatore e Presidente del gruppo Einstein Multimedia dal 1994 al 2013.

Fondatore del Patto Generazionale, 2007.

Attualmente consigliere della Fondazione TIM, membro del CdA di TIMvision Srl e responsabile della divisione Brand Strategy, Media e Multimedia di TIM

(direzione della comunicazione, delle sponsorizzazioni commerciali e sportive, degli eventi, del media e dei contenuti multimediali e commerciali di TIM Vision, TIM Music e TIM Games).

ALESSIA OGGIANO - CoFounder & Managing Director THE BIG NOW



Laurea in Economia, specializzazione nel marketing, esperienza nella comunicazione. Dopo un primo passaggio nel Gruppo DDB, dove in 8 anni diventa Business Director di Rapp Collins, segue l'evoluzione del marketing approdando in Digital Magics come partner dell'agenzia LiveExtension.

Nel 2008 fonda, insieme a Emanuele Nenna e Stefano Pagani, una delle primissime agenzie a servizio completo nel panorama italiano: Now Available.

Nel 2014 Now Available cresce grazie alla fusione con uno studio di design, Dodicitreinta, diventando The Big Now, di cui è tuttora co-

founder e managing partner. Nel 2018 TBN entra a fare parte di Dentsu Aegis Network.

VIRGINIA PALLAVICINI - Sales Leader TAM & Ad Intel NIELSEN



Milanese di nascita, sposata, 2 figli, con una passione per la comunicazione e per il giardinaggio. Dopo una Laurea in Scienze dell'Informazione presso l'Università degli Studi di Milano ed una esperienza in Olivetti (Sistemi Integrati), consegue il Master in Comunicazione e Marketing in Accademia di Comunicazione (Milano) ed inizia ad occuparsi (finalmente) di media e pubblicità, dapprima in Assomedia per poi entrare in Nielsen dove ricopre ruoli differenti, all'inizio sui sistemi di misurazione dell'efficacia pubblicitaria (Single Source) per poi approdare all'area commerciale e gestione consulenza clienti, dapprima in Nielsen Media Research (branch di Nielsen focalizzata sulla misurazione dell'Advertising) e poi, dopo la fusione della Società nella capogruppo Nielsen, ampliando il ruolo nell'area della misurazione audience TV (Nielsen TAM). Si è occupata inoltre di sponsorizzazioni sportive lavorando, tra gli altri, come Partner per FC Internazionale (altra sua passione) e RCS Sport, seguendo come consulente per anni la "corsa rosa". E' stata poi Business Partner in Nielsen Italia sull'area grandi clienti del settore Media ed Editoriale, oggi Direttore Commerciale di Nielsen Adintel e TAM.

GIANMARIA PASQUAL – Media Director SELECTION



Laureato in Economia e Commercio all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano nel 1993, inizia a lavorare nel 1994 nel reparto research dell'agenzia di pubblicità J. Walter Thompson. Dopo due anni passa in Carat Italia come strategic planner per poi proseguire la carriera in altri centri media fino ad arrivare alla posizione di General Manager in Mindshare. Attualmente ricopre la posizione di Direttore Media in Selection, in-house agency del gruppo Perfetti Van Melle e si occupa di gestire tutte le campagne del gruppo Perfetti Van Melle in Italia.

GRAZIANA PASQUALOTTO – OMG Vice President



Graziana è uno dei Manager più autorevoli del mercato Media. Si è formata nel mondo delle agenzie creative e successivamente è stata tra i fondatori di OMD, agenzia che ha portato al successo come direttore generale. Il mix di esperienza maturata nelle agenzie creative e media le ha sempre consentito di unire tecnica e creatività e di progettare campagne di successo, in grado di raggiungere risultati concreti. Sotto la sua guida negli ultimi anni OMD ha vinto numerosi premi locali e internazionali, tra i quali due bronzi ai Cannes Lions nel 2016. Nel 2017 Graziana è stata membro della giuria del Festival di Cannes per la categoria Media e ha condiviso, con il resto del network OMD, la vittoria del premio più ambito della kermesse: il Cannes Lion 2017 Media Network of the Year. Dal 2018 ricopre la carica di OMG Vice President.

ALBERTO PICOTTI – Media Director GIOCHI PREZIOSI



Alberto Picotti, professionista con esperienza ventennale nell'ambito del Media. Il percorso professionale lo ha portato a rivestire ruoli direttivi sia in azienda che in Agenzia Media, mantenendo una particolare specializzazione sul settore della comunicazione ai kids. La sua visione si basa sulla consapevolezza della multi-medialità in cui il soggetto è oggi immerso, e della conseguente necessità della conoscenza approfondita e del presidio dei molteplici ambiti di contatto a disposizione dello specialista della comunicazione.

GIOVANNA PINNA – Direttore Media Corporate CHANEL



- Nata a Monza, felicemente sposata, senza figli
- Laureata in lingue entro subito nel mondo della comunicazione
- Inizio la mia carriera in CPV, KENYON & ECKHARDT , agenzia di pubblicità, in qualità di Media Manager
- Negli anni 90 entro nell'agenzia di comunicazione Mediapolis Italia, joint venture nel settore dell'advertising tra Young & Rubicam e Havas Advertising, occupandomi principalmente di DIOR
- Nel 1998 decido di accettare una sfida "aziendale" e divento RESPONSABILE MEDIA dell'azienda BRANCA.
- Nel 2001 entro in Chanel in qualità di DIRETTORE MEDIA CORPORATE occupando delle divisioni : Fragrances & Beauty-Fashion -Watches & Fine Jewellery e inizio un percorso professionale ricco di soddisfazioni professionali e personali in una "maison" con un fascino ed un allure unico per la quale lavoro ancora oggi con passione e gioia!

BARBARA SALA - Connections & Media Director Central & Southern Europe COCA-COLA ITALIA



Con 30 anni di esperienza e diversi ruoli ricoperti nell'ambito dell'Integrated Marketing communications, Barbara Sala inizia il suo percorso professionale partendo con una laurea in Economia e Commercio conseguita presso la Bocconi e un MBA in Strategic marketing. Inizia la carriera nel marketing team di Mondelez, per poi passare a Coca-Cola Italia dove ha iniziato nel team di marketing strategico per poi allargare le proprie responsabilità alle aree digital, experiential, packaging e sponsorizzazioni diventando IMC director e UEFA right holder manager. Dal 2013 al 2015 ricopre la carica di CEO di Vizeum Italia e nel 2016 rientra in Coca-Cola Central and Eastern Europe Business Unit come Strategic Media Director, coordinando 26 paesi ed un team internazionale di 15 persone. E' stata Adjacent Professor presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano gestendo l'area dell'interactive marketing. Appassionata di viaggi, libri e cucina passa il proprio tempo libero con le due figlie, la famiglia e gli amici.

FABIO SPAGNUOLO - Responsabile Pubblicità e Web INTESA SANPAOLO



MATTEO STARRI – Research & Insight Director WE ARE SOCIAL



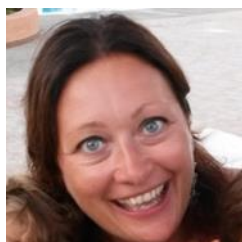
9 anni in We Are Social, prima a Londra, ora a Milano. Research & Insight Director, guido un team di ricercatori ed analisti responsabili dell'individuazione di insight culturali a supporto di lavori strategici e ganci creativi, oltre che alla misurazione dell'impatto delle nostre attività sul business dei brand con cui collaboriamo. Esperienza su attività globali e locali nella maggior parte delle industry che i nostri brand presidiano, Telco, FMCG, Sport e Intrattenimento quelle più presidiate storicamente.

PAOLO STUCCHI – Ceo DENTSU AEGIS



È entrato nel Gruppo nel giugno 2010 in qualità di CEO di Vizeum Italia e di Chief Strategic Officer di Dentsu Aegis Network Italia. Nel gennaio 2013 è stato nominato Presidente di Vizeum; dal 2017 è CEO di Dentsu Aegis Network Southern Europe. Ha costruito la sua carriera in Mindshare, iniziando nel 2000 come Strategic Planner, fino a ricoprire il ruolo di joint-CEO dal 2007 al 2010. Precedentemente è stato Media Strategist in JWT Italy dal 1995 al 1999. Ha una laurea in Economia e Commercio e una specializzazione post-laurea in Comunicazioni Sociali.

ELISABETTA TAVERNA - Sector Lead - Tech, Telco & Energy, Consumer Goods & Healthcare, Entertainment GOOGLE



STUDI

- Istituto Magistrale
- Università Commerciale L. Bocconi, Laurea in Discipline Economiche e Sociali (DES)
 - con Semestre di scambio alla University of California, Los Angeles
- Master in Business Administration, Harvard Business School

ESPERIENZE PROFESSIONALI

- 2 anni: Analyst, J.P. Morgan, Londra
- 13 anni: Bain & Company Italy, Principal (progetti in diverse industries: fashion & luxury, automotive, transport, finance, private equity, fmcg, pharma, entertainment)
- 6 anni: Google Italy, Sector Lead - Tech, Telco & Energy, Consumer Goods & Healthcare, Entertainment

BELA ZIEMANN - Chief Strategy Officer PUBLICIS



Béla is Chief Strategy Officer at Publicis Italy and is leading the brand strategy transformation for many of Publicis' global brands such as Diesel, Kinder, Heineken, Maggi, Mercedes-Benz and Nescafé. Béla's strength is to find the sweet spot between brand DNA, product truth and consumer tension. The area in which brands develop their greatest potential to drive value and growth. Béla is also a strategy lead in the transformation process of Publicis Group in Italy and Europe, to advance the seamless integration of data, creativity and technology. Béla won numerous creative and effectiveness awards, to which most recently he added his first APG and IPA's. He gets most of his inspiration from using public transport wherever he goes and his two little boys.

Le giurie e le modalità di giudizio

La valutazione dei progetti in concorso avviene in due fasi successive da parte di due diverse giurie. **In una prima fase una giuria determina la short list:** i giudici esaminano individualmente tutte le proposte, non suddivise per categoria, valutando prima tutte le informazioni fornite nel testo scritto e in seguito le esecuzioni creative. Il giudizio viene espresso in base a quattro parametri, ognuno con un peso specifico:

- Come si definiscono gli obiettivi in relazione al contesto. Questo parametro pesa per il **23,3%** sul giudizio finale
- Definizione dell'idea strategica per il raggiungimento degli obiettivi (per il **23,3%**)
- Realizzazione ed esecuzione della strategia nei vari touchpoint (per il **23,3%**)
- Risultati ottenuti in relazione agli obiettivi (per il **30%**)

In una seconda fase la giuria finale giudica le campagne in short list all'interno della categoria di appartenenza e secondo gli stessi criteri di giudizio della prima fase.

In base al punteggio finale vengono assegnati, per ogni categoria, gli **Effie Italia Gold, Silver e Bronze**. Ogni livello di vincita deve aver raggiunto un punteggio minimo predeterminato e condiviso a livello internazionale. È possibile che una categoria possa produrre uno o più vincitori ex aequo oppure nessun vincitore.

Le giurie sono formate in modo da evitare possibili conflitti di interesse e ogni giudice si asterrà dal voto nel caso di una campagna che lo veda coinvolto. Il punteggio viene assegnato in modo anonimo e riservato. Ai giudici viene richiesto un feedback per ogni caso giudicato. Le decisioni delle giurie sono inappellabili.

La vincita di un premio verrà comunicata in anticipo agli interessati senza specificare se si tratta di un oro un argento o un bronzo. In tale occasione verranno anche fornite le istruzioni per la presentazione della campagna il giorno della premiazione.

Tutte le campagne vincitrici dell'Effie Gold concorrono all'assegnazione del **Grand Effie Awards**, vale a dire del "miglior caso dell'anno".

Il **Grand Effie Italia Awards** viene votato nel corso del Gala di premiazione che si terrà nel mese di ottobre 2019.

Per ogni campagna vincitrice verrà consegnato un trofeo all'agenzia e uno all'azienda. Sarà inoltre possibile richiedere un attestato di vincita per ogni persona che compare nei crediti depositati al momento dell'iscrizione.

L'indice EFFIE (classifica mondiale dell'efficacia del marketing)

L'indice EFFIE rappresenta la classifica mondiale dell'efficacia del marketing.

Ogni anno la somma dei punteggi guadagnati nei diversi Effie awards dalle campagne che vanno in shortlist o vincono un premio, determina la classifica annuale che celebra il miglior Marketer, la migliore Brand Agency, la migliore Agenzia Indipendente, o il miglior Network e la miglior Holding a livello globale.

I punteggi sono così attribuiti:

Premio Effie	Azienda, Brand, Agenzia principale	Altra Agenzia
Grand Effie	12 punti	6 punti
Gold	8 punti	4 punti
Silver	6 punti	3 punti
Bronze	4 punti	2 punti
Finalista	2 punti	1 punto

L'indice Effie utilizza i crediti presentati al momento dell'iscrizione ed è perciò importante, per poterli attribuire correttamente, la massima precisione negli accrediti.