



IL CEO ALESSANDRO VOLPI, INTERVISTATO DA DAILYNET

Comunicazione Terzo Settore, la sfida di Rebold Antevenio Fundraising

----- 3



La novità È live la nuova versione di calciomercato.com, ispirazione mobile

Nel rinnovato sito, oltre a una completa rivisitazione grafica, la possibilità di personalizzare il menù principale scegliendo, oltre alla propria squadra, quali rubriche e autori seguire, con la stessa logica di un social network



Dati Publicis Groupe analizza il Derby di Milano:

+72% di interazioni su Facebook rispetto al 2019

5 Indagini La Generazione Z nell'anno 2020, Spotify indica le cinque tendenze principali

Incarichi Chiara Ferragni ha scelto Triboo per la nuova release di TheBlondeSalad.com 15

13 Partnership XChannel lancia AliExpress per Carrera e Revell

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 236 milioni - App 330 milioni
 Visitatori unici: Web 7.2 milioni - App 1.2 milioni
 Visite: Web 21.6 milioni - App 15 milioni
 Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2020 - App (iOS + Android)



Incarichi Chiara Ferragni sceglie Triboo per il nuovo TheBlondeSalad.com

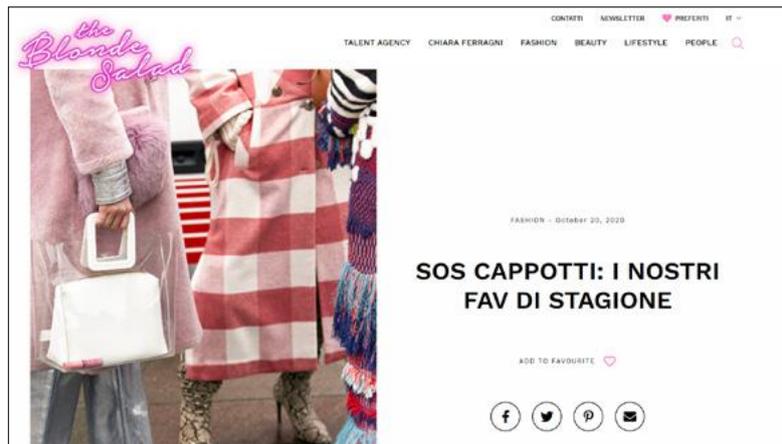
Uno dei blog di maggior successo nel panorama mondiale rinnova la propria veste grafica. Oltre al rifacimento del sito, il gruppo si occuperà anche della gestione degli spazi pubblicitari

A distanza di undici anni dalla sua nascita, The Blonde Salad non è più un semplice blog di moda, ma è diventato un vero e proprio punto di riferimento per milioni di utenti; una combinazione di stile e ispirazione, che ha portato Chiara Ferragni a collaborare con i brand più famosi del fashion&luxury system, e ha contribuito a renderla una delle personalità più influenti al mondo. TheBlondeSalad.com, proprietà di TBS Crew, azienda guidata da Chiara Ferragni, non smette di rinnovarsi e per farlo si è affidata a

Triboo - Gruppo attivo nel settore digitale, quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana - per il completo restyling del proprio sito.

ECLETTISMO E PROGRAMMATIC

Il nuovo TheBlondeSalad.com è puramente editoriale, composto esclusivamente da articoli divisi secondo le seguenti categorie: beauty, fashion, lifestyle e people. Inoltre, le pagine dedicate a Chiara Ferragni e alla sua Talent Agency. Triboo ha lavorato per ottenere una user experience in grado di valorizzare i contenuti della pagina, senza farla risultare statica e monotona. Il nuovo design è più lineare e minimal, ma non abbandona l'eclettismo del rosa che ha reso distintivo in questi anni il brand della celebre blogger. Il progetto ha coinvolto diverse unit della Digital Transformation Factory: il team Creative per la user



experience ed il design, il team Seo per la migrazione di diciassette mila articoli e il team Media che supporta la pagina nella gestione dei formati pubblicitari scelti e nella vendita degli spazi pubblicitari in programmatico. "Siamo molto orgogliosi di essere stati scelti per questo progetto di rinnovo - dichiara Giangiacomo Corno, VicePresidente di Triboo -. Inoltre, siamo conten-

ti del riconoscimento ottenuto per le nostre capacità a livello di UX e Design, Seo, oltre che di gestione dei progetti editoriali in termini di raccolta pubblicitaria. Tale risultato non può che renderci fieri e conferma il nostro posizionamento di assoluta eccellenza in molte delle attività digital che oggi gestiamo per i nostri progetti interni e per i progetti dei nostri partner".

Strumenti Online il nuovo sito del Gruppo Pharus

Look totalmente rinnovato nella grafica e anche nei contenuti, che sono stati unificati, reso responsivo e concepito secondo i più moderni ed efficaci criteri

Gruppo Pharus ha un nuovo portale. La principale novità riguarda l'unificazione dei contenuti, precedentemente dislocati su varie piattaforme, ora invece resi consultabili dall'unico indirizzo www.pharusmanagement.com. È così che gli utenti avranno modo di visualizzare tutte le informazioni inerenti la svizzera Pharus Asset Management, con

sede a Mendrisio, e Pharus Management Lux, con sede in Lussemburgo, in un unico luogo e in doppia lingua, italiano e inglese. Particolare attenzione è stata rivolta alle sezioni dedicate ai fondi, al fine di rendere le informazioni chiare, immediatamente fruibili e comprensibili a tutti gli utenti, ottimizzando non solo il modo in cui le informazioni ven-



gono mostrate, e in particolare i grafici delle performance, ma anche le informazioni stesse. Il nuovo sito è stato dunque concepito secondo i più moderni criteri di customer experience, soddisfacendo anche le esigenze di acces-

so ad Internet tramite dispositivi mobile. Il sito è stato, dunque, reso responsivo, ovvero immediatamente e automaticamente adattabile a ogni dispositivo per venire incontro a ogni esigenza di cross device degli utenti.