



Trend positivo per l'agenzia di marketing e comunicazione integrata. Successo crescente: è decisamente positivo il bilancio del 2005 di Prima&Goodwill. Per l'agenzia, affermata nell'ambito della comunicazione integrata, l'anno si chiude con la sostanziale conferma dei clienti storici e l'apporto di nuove, prestigiose acquisizioni. Per Komatsu, leader nel movimento terra, è avviata un'intensa attività di presenza editoriale su stampa specializzata e non e una serie articolata di iniziative di comunicazione diretta; creatività pianificata sulla stampa di settore per Schüco, azienda di punta nei serramenti in alluminio. Sono invece i principali quotidiani finanziari ad ospitare l'advertising campaign per l'attività di formazione economica Euroconference. È in corso sulle maggiori testate di opinione e lifestyle la campagna per lo sportswear fashion Canadiens "for urban explorers" ed è in partenza sui magazines sportivi e specializzati la campagna pubblicitaria per l'abbigliamento da sci Aesse. Grande consenso per la nuova campagna abbonamenti del Chievo Verona, ex squadra-miracolo e oggi splendida certezza. Un'altra bella conferma per lo storico cliente Porcellane d'Ancap: al via la creatività per le nuove proposte su testate di opinione e lifestyle. Non solo advertising per la logica di servizio integrato di Prima&Goodwill: ecco l'incentive "Sfida per l'Africa" per l'Assicurazione Arag, reiterato per tutto il 2005 tramite calendario, cartoline, website e newsletter, e l'operazione promozionale al trade per i televisori Loewe. La formula di Prima&Goodwill si conferma vincente: per il ventesimo anno di attività, un'ascesa costante ma con tanta concretezza. Direzione Servizio Clienti: Piergiorgio Rossi www.goodwill.it