

babel
oel
cept
eation
concept
tion

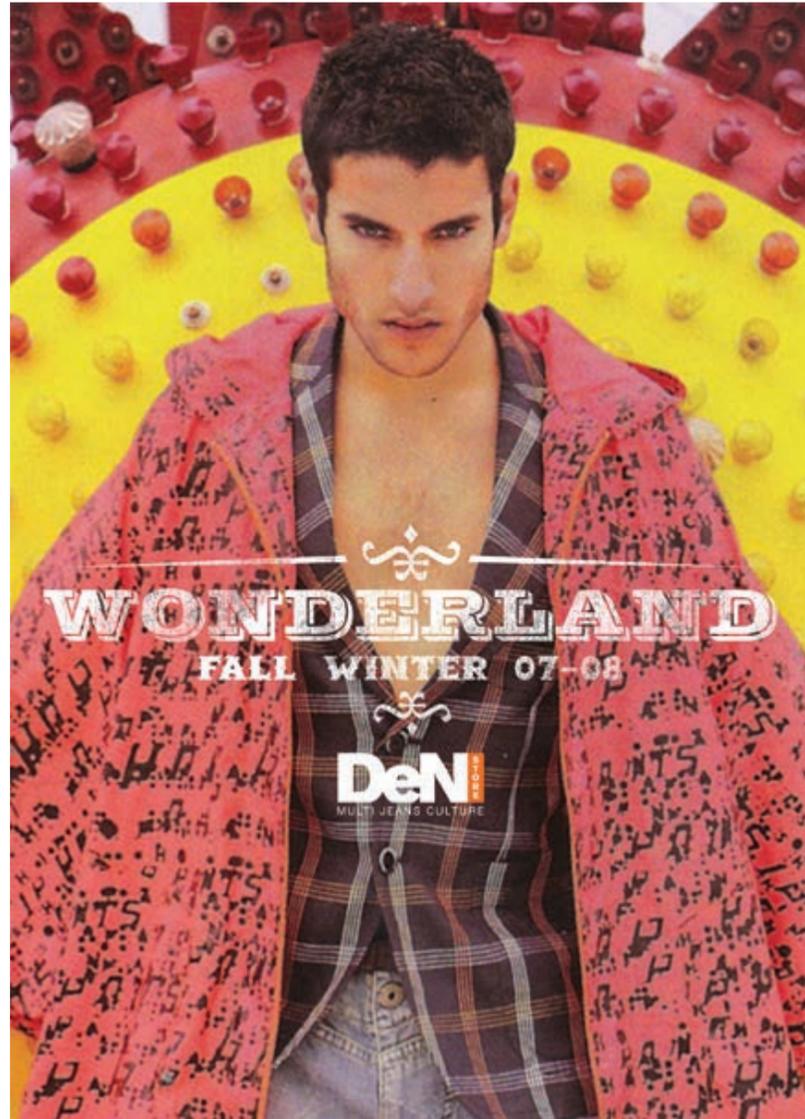
babelconceptcreation

babelconceptcreation

babel
babel
concept
creation
concept
creation

attrazione creativa

babel
Creative and marketing suite
*SMART
CO-WORKING*
www.babel2babel.com

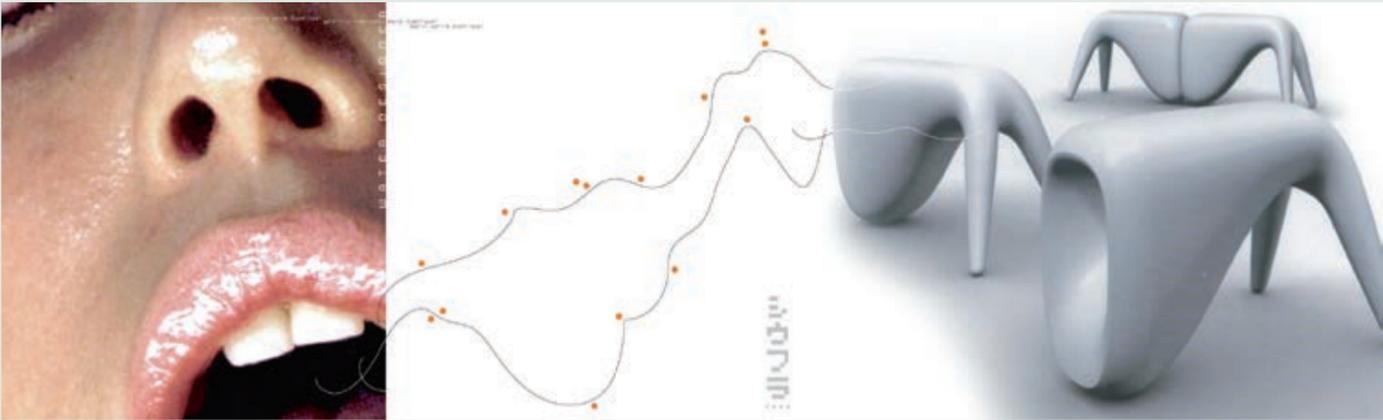
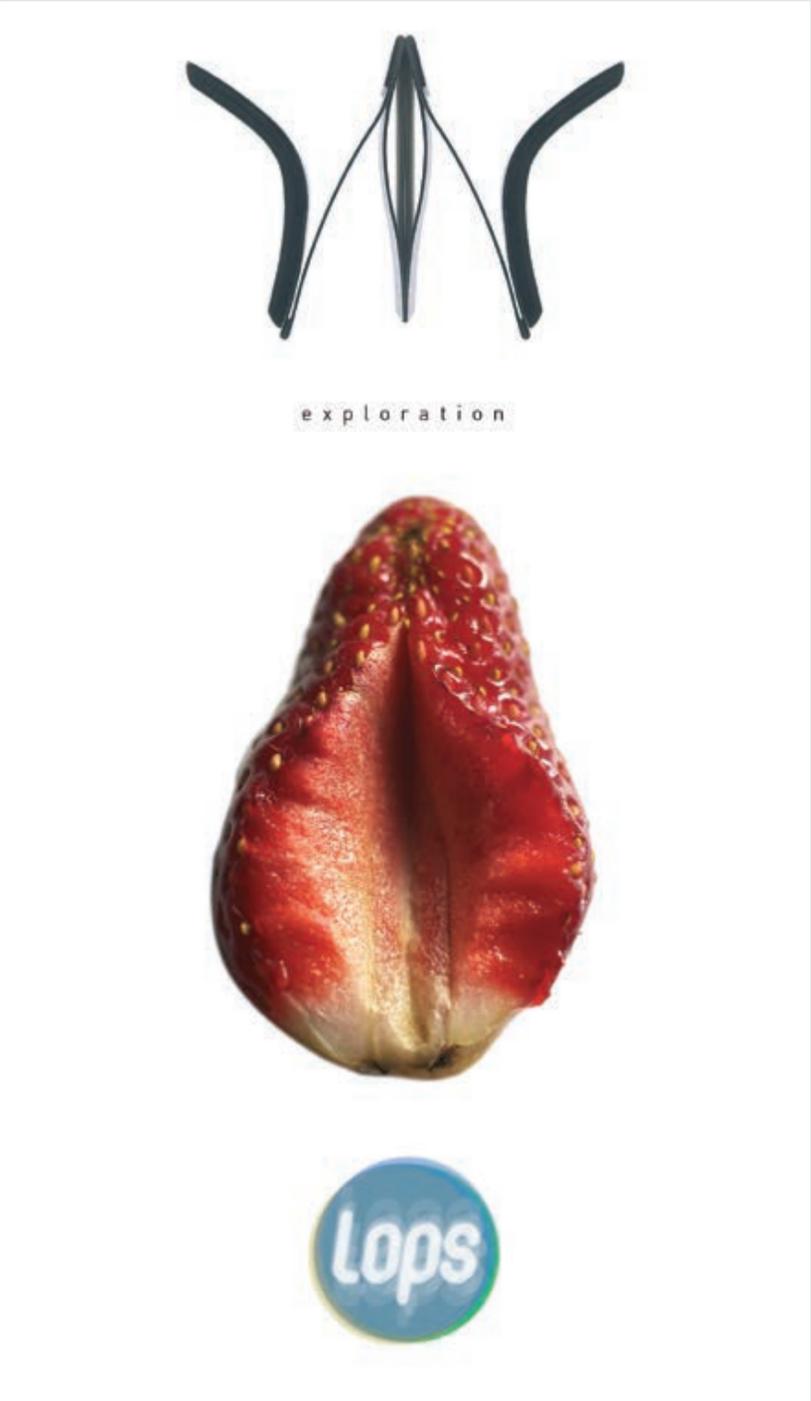


v o g l i a m o r i n g r a z i a r e

e far notare che alcuni dei lavori qui esposti portano, giustamente, la 'firma' di altre strutture con cui abbiamo collaborato, anche se è stata nostra premura selezionare solo quelli di cui siamo più direttamente responsabili sul piano creativo. Ci teniamo ad evidenziare che è stato determinante il totale apporto di tutte le persone che abbiamo incontrato e con cui abbiamo condiviso alcuni di questi progetti.

n o t a t e c n i c a

Non è stato semplice raccogliere tutto il materiale inserito in questo portfolio, anche per le incredibili trasformazioni tecnologiche che hanno attraversato il nostro lavoro. Ecco perché in alcuni casi la sua definizione di stampa non è perfetta, ma nello stesso tempo, erano 'pezzi' che non potevano non far parte di questa raccolta.



**se non si può fare, fallo.
quello che non fai non esiste.**
paul arden



Un'armonia di suadenti e caldi timbri fronsi
con presenze di rovere di François, reminiscenza di un lungo
affinamento in carati di piccola capacità.

Dentro ogni attimo c'è una lunga storia.

Una storia che nasce da una terra circondata dal mare e dalla natura incontaminata, nel
cuore del Mediterraneo. Questa è la storia di un sogno di due uomini che nel lontano
1899, vennero qui per una battuta di caccia e vi rimasero per sempre. Lì, dove c'era solo
del bianco in alto volano un lungo strato per far crescere i vitigni migliori e creare dal
vino dal sapore inconfondibile. Attraverso una grande opera di bonifica e spuntamento,
quelli due uomini, l'ingegner Sella e l'avvocato Mosca, diedero vita a una realtà
rappresentata da un'azienda conosciuta oggi in tutto il mondo.



SELLA&MOSCA. UNA STORIA D'AMORE PER IL VINO



Senti il suo profumo fruttato con percezioni floreali
di violetta e di note di erba affinata. Una solare freschezza
di ambiente mediterraneo e di spezie del sud.

Dentro ogni attimo c'è una lunga storia.

Una storia che nasce da una terra circondata dal mare e dalla natura incontaminata, nel
cuore del Mediterraneo. Questa è la storia di un sogno di due uomini che nel lontano
1899, vennero qui per una battuta di caccia e vi rimasero per sempre. Lì, dove c'era solo
del bianco in alto volano un lungo strato per far crescere i vitigni migliori e creare dal
vino dal sapore inconfondibile. Attraverso una grande opera di bonifica e spuntamento,
quelli due uomini, l'ingegner Sella e l'avvocato Mosca, diedero vita a una realtà
rappresentata da un'azienda conosciuta oggi in tutto il mondo.



SELLA&MOSCA. UNA STORIA D'AMORE PER IL VINO



Appena lo assaggi, rivela un carattere forte
ed equilibrato. Accompagna le diverse sensazioni
evidenziando, alla fine, una piacevole freschezza.

Dentro ogni attimo c'è una lunga storia.

Una storia che nasce da una terra circondata dal mare e dalla natura incontaminata, nel
cuore del Mediterraneo. Questa è la storia di un sogno di due uomini che nel lontano
1899, vennero qui per una battuta di caccia e vi rimasero per sempre. Lì, dove c'era solo
del bianco in alto volano un lungo strato per far crescere i vitigni migliori e creare dal
vino dal sapore inconfondibile. Attraverso una grande opera di bonifica e spuntamento,
quelli due uomini, l'ingegner Sella e l'avvocato Mosca, diedero vita a una realtà
rappresentata da un'azienda conosciuta oggi in tutto il mondo.



SELLA&MOSCA. UNA STORIA D'AMORE PER IL VINO



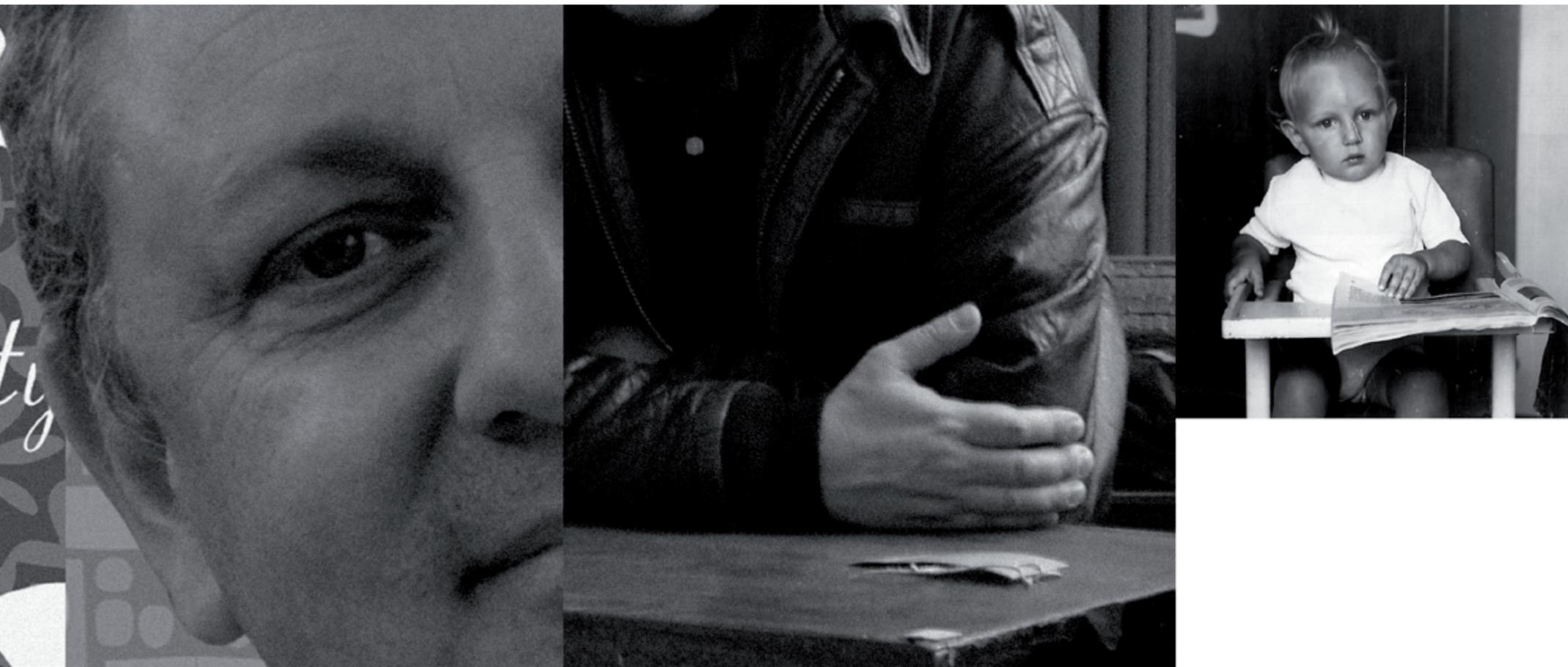
Al primo sorso lo senti secco e ricco, con un carattere
pieno ed una lunga, persistente reminiscenza
del peperone dolce alternata a quella del fico.

Dentro ogni attimo c'è una lunga storia.

Una storia che nasce da una terra circondata dal mare e dalla natura incontaminata, nel
cuore del Mediterraneo. Questa è la storia di un sogno di due uomini che nel lontano
1899, vennero qui per una battuta di caccia e vi rimasero per sempre. Lì, dove c'era solo
del bianco in alto volano un lungo strato per far crescere i vitigni migliori e creare dal
vino dal sapore inconfondibile. Attraverso una grande opera di bonifica e spuntamento,
quelli due uomini, l'ingegner Sella e l'avvocato Mosca, diedero vita a una realtà
rappresentata da un'azienda conosciuta oggi in tutto il mondo.



SELLA&MOSCA. UNA STORIA D'AMORE PER IL VINO



cessando di essere pazzo, diventò stupido

marcel proust

v a l t e r m i n e l l i

Erano solo tre anni che avevo lasciato l'Istituto Statale d'Arte di Monza (oggi Liceo Artistico Nanni Valentini) ma avevo lavorato e fui premiato con questa intervista a cui sono sempre stato affezionato.

"La sua è una storia che sarebbe piaciuta a Beniamino Franklin: a 14 anni, coi soldi per "Topolino" compra "Graphis Annual"; a 18 disegna navi per vari editori; a 20 lascia le navi e si mette in proprio, collabora per tre anni con Mario Convertino a "Mister Fantasy", inventa per "Modabimbo" un serpentone in legno di 70 metri; in poco tempo si fa clienti come Mondadori, Rizzoli, Fratelli Fabbri Editori, Editrice Piccoli, D'Arcy Masius Benton & Bowles, Deutsche Bank - Finanza & Futuro."

L'Espresso 6 novembre 1983

Roberto Di Caro

Tutto ha inizio nel giugno del 1980: è in quell'anno che comincio a muovere i miei primi passi come illustratore e graphic designer. Nel 1982 entro a far parte dello Studio Convertino collaborando in prima persona alla trasmissione 'cult' Mister Fantasy - Rai. Nel 1986 fonda la Minelli T.F. Design, il reparto creativo dell'agenzia di promozione Ideazione di cui sarò amministratore delegato e direttore creativo. Nel 1990 scelgo di ritornare battitore libero e realizzo con successo numerosi progetti per importanti clienti. Dal 1994 al 1997 collaboro con Tyler Smith, direttore creativo statunitense, alla campagna internazionale e ai materiali collaterali di Ermenegildo Zegna. Dal 1998 al 2009 sono partner e direttore creativo dell'agenzia di comunicazione Dejavu e dal 2009 direttore creativo in Pelle Promotion and Events pur continuando il mio lavoro di freelance. Nel 2011 dall'incontro con Paola Vassellatti nasce una nuova idea, Babel.

La passione per il disegno, l'arte, l'immagine, i fenomeni visivi e la comunicazione non mi abbandonano mai.

Prospetto claim
in anteaula

Nie marnuj czasu! Naucz się nowych słów.*
*Nie marnuj czasu! Naucz się nowych słów. Polakom nie marnuj czasu!

Nie marnuj czasu! Naucz się nowych słów.
(Non perdere il tuo tempo! Impara nuove parole.)

Claim per anteaula
LA FANTASTICA LINEA 1

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

ORZEL
SI BEVE COSÌ.

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Esclusivo
"Piacere del Consumatore"

PIÙ GUSTO CHE IMMAGINE.
"Solo una regola ORZEL: non dar spazio al gusto. In una bevanda che vuole essere unicamente spiritosa, abbiamo escluso ogni cosa che non ci fosse di una vera tradizione. Risultato: un gusto, un'aroma, un profumo e un gusto morbido e deciso."

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

Na zdrowie!

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

ORZEL
POLSKA WODKA
Si beve così.
"A temperatura ambiente, nel suo bicchiere molto freddo, dal collo ampio per aspirarne il gusto morbido e deciso."

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

Sei un intenditore? PORTA A CASA UNA POLACCA.

PIÙ GUSTO CHE IMMAGINE.
Nie marnuj czasu!

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956

Prospetto claim
in anteaula

NA ZDROWIE*
*CIN CIN... in polacco.
ORZEL, L'AUTENTICA WODKA POLACCA DAL 1956.

ORZEL
LA FANTASTICA LINEA DAL 1956





Product Brochure | Iceberg Twice Homme | Eurocosmesi | Art Studio Minelli

eccocomeènatababel

Paola Vassellatti e Valter Minelli si conoscono collaborando in una grande agenzia di eventi ed è affinità elettiva. Lavorando insieme scoprono che 1+1 non fa 2, ma 3 e che il valore aggiunto delle due professionalità può dare vita a qualcosa che sul mercato è raro trovare. Chi si affida a loro sa che il progetto verrà sviluppato con la passione di chi ha la fortuna di fare un lavoro che ama e ha la professionalità e l'esperienza per pensare in anticipo una proposta dalla A alla Z. Ed è la parola pensare che fa la differenza. Se si aggiunge una dose di vera creatività, il servizio al cliente diventa realmente distintivo.

Su queste premesse è nata Babel e Babel è diventata il nostro box creativo con una rete di figure professionali che lavorano in co-working con capacità diverse e molto complementari.

Condividiamo il lavoro più che l'ufficio.

Abbiamo costruito una rete elastica per rispondere con prontezza e professionalità alle esigenze di comunicazione di oggi, sia nelle forme consolidate, sia nuove.

Con tutti loro si è creato un rapporto che va oltre il professionale perché è fatto di valori condivisi, di personalità ricche e generose, di vite energetiche e curiose, di passione.

Babel offre al cliente proprio questo: l'unione di professionisti che sanno lavorare in team e che hanno fiducia e rispetto reciproco, un valore intangibile che molti dichiarano, ma che noi crediamo di avere perché insieme ci siamo già messi alla prova... e l'abbiamo superata.



AMERICANO, NEGRONI, SOUVARDIER...

... se stiamo bene insieme ci sarà un perché.

Una ricetta racchiusa nella sua bottiglia numerata nata da esperti per esperti. Un bouquet unico, piacevole e un retrogusto amaro rotondo da assaporare liscio o mixato ai cocktail più famosi.

Può un'antica ricetta nata dall'eccellenza piemontese conservare la tradizione ed essere contemporanea?

Sì!

Perché è Cinzano Vermouth Rosso 1757. Mixato o liscio ti avvolge con il suo profumo persistente. Un bouquet unico di aromi speziati l'inconfondibile bilanciamento tra dolce e amaro.

Cinzano 1757 è anche Bianco e Dry

QUANDO LA TRADIZIONE SUPERA SE STESSA

Con una ricetta nata da esperti per esperti. Un bouquet dall'inconfondibile fragranza con una piacevole nota di amaro. Liscio ti conquista, mixato ti avvolge dando carattere ai cocktail più famosi.

CINZANO 1757

Tradizionale per natura, contemporaneo per vocazione



p a o l a v a s s e l l a t t i

Nel corso della mia carriera ho ricoperto diversi ruoli: Marketing & Trade Marketing Director presso InBev Italia, Communication Manager presso Heineken Italia, Marketing Manager e Division Channel Marketing Manager presso Coca-Cola Company Italia.

Ho lanciato la prima birra in PET in Italia, fatto uscire Baffo Moretti dall'etichetta, portato a recitare Ciriaco De Ferrari e Paul Cayard, creato la frigoverina Vintage di Coca-Cola, portato il locale piu' cool al Lido di Venezia durante la Mostra Internazionale del Cinema...

Dal 2011 sono l'anima di marketing di babel per seguire i progetti anche con un occhio aziendale. Supporto Strategico; Comunicazione Integrata; Consumer insight; Revenue Management; Shopper Marketing; New Media; Experiential Marketing; Brand Visibility sono le mie competenze preferite.

Insegno presso lo IED di Milano dove mi piace rimanere in contatto con le "nuove leve", cuori e teste della generazione 2.0

Amo viaggiare e mi piacerebbe vivere in giro per il mondo con la voglia di tornare a casa dai miei amici per non veder l'ora di partire di nuovo. Amo il Marketing perchè è un po' come viaggiare, esplorare la mente e il cuore del consumatore. È sempre una sorpresa e non ci si annoia mai.



Prima proposta
Corner Grand Cru
Superficie:
2x2,50 m



Corner Grand Cru - La Rinascente

Prima proposta
Corner Grand Cru
Superficie:
2x2,50 m



Corner Grand Cru - La Rinascente

Terza proposta
Corner Grand Cru
Superficie:
2x2,50 m



Corner Grand Cru - La Rinascente



PROGETTO RUNNING LOCAL ACTIVATION 2013

Concept Creation | Adidas Running Local Activation | Pielle

Truck



Truck



Truck aperto all'evento con:
- Footscan e Footscan
- Rack per scarpe gniati connessi
- Uno o due totem

Corner Tre



Corner Tre con Footscan e tappeto percorso



Check in



totem adidas running con QR Code e la spiegazione della meccanica di gioco

Check in

comunicazione Fanpage



Window stickers



Corner Quattro (rail portascarpe e banchetto in un unico pezzo 'tipo fly case')



wi-fi adidas area - una tecnologia che permette, attraverso dispositivi senza fili, di diffondere gratuitamente informazioni verso smartphone, tablet e pc dotati di collegamento Wi-Fi.



Digi wi-fi adidas area - un microcosmo creato appositamente per offrire la migliore strategia per ogni esigenza di comunicazione. I contenuti possono essere nazionali e specifici per area.





 **UBS**

[Small, illegible text block]

FABERGÉ

Alfred Hitchcock

[Small, illegible text block]



[Small, illegible text block]

Picasso



Jeremy

[Small, illegible text block]







14 x 19 cm



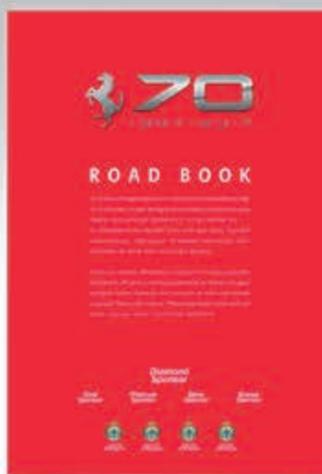
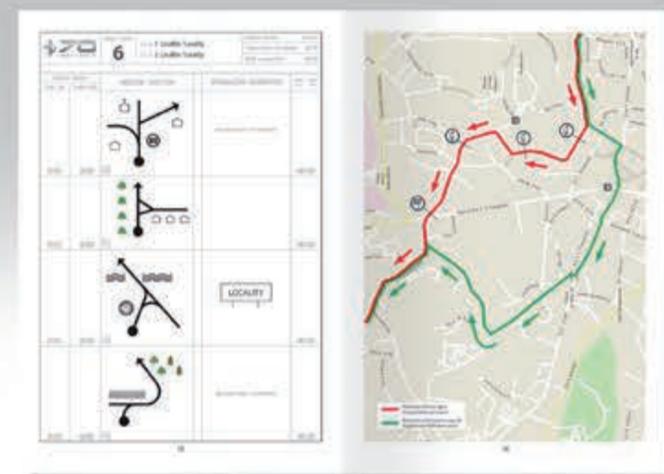
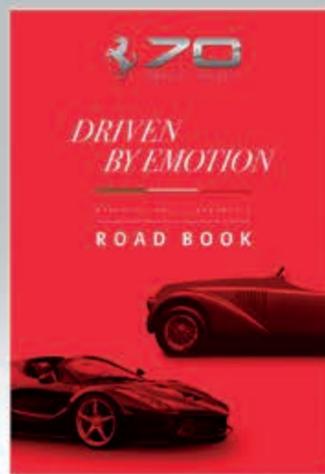
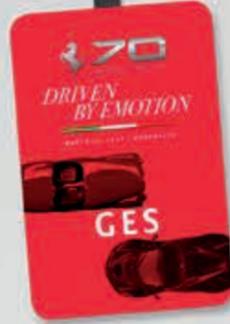


Floorstand | Exomega Control | A-Derma Pierre Fabre | Babel









Anche nel 2007 alcune aziende hanno fatto brillare le stelle della solidarietà.

Grazie

dall'Associazione Italiana Sclerosi Multipla e la sua Fondazione per il contributo che avete dato alla ricerca scientifica e all'assistenza dei malati.

Companies listed in the constellation: Aurora Assicurazioni, Banca d'Italia, Banca Generali, Martincart Srl, A. Manzoni SpA, Piaggio & C., Eselunga, Pubblicità Progresso, Pubblitalia 80, Swann Film Europe Srl, Baltur SpA, Mondadori SpA, H3G, Saatchi & Saatchi, Telecom Italia, Solera, ITH, Sodalitas, Segretariato Sociale Rai, Bottonificio Coma Fratus, Sanofi-Aventis, Fulgar SpA, PriceWaterHouseCoopers SpA, Industria Farmaceutica Serono, Schering, Wind Telecomunicazioni, Euroopen SpA, L.C.P. Italia, Sodalitas, Mazda Motor Italia, Pubblitalia 80, Ingrosso Commercio Preziosi Italia Srl, Gruppo Mediaset, T.N.T. Globalexpress SpA, A. Manzoni SpA, Baltur SpA, H3G.

FISM - Fondazione Italiana Sclerosi Multipla - Via Operai, 40 - 16149 GENOVA - Tel. (010) 27.131 - Fax (010) 27.13.202 - www.aism.it

Grazie a tutte le aziende che hanno la solidarietà nel loro DNA

dall'Associazione Italiana Sclerosi Multipla e dalla sua Fondazione.

Companies listed in the grid: Aurora Assicurazioni, Gruppo Mediaset, Banca d'Italia, Biogen-Dompé, Banca Generali, Pubblitalia 80, PriceWaterHouseCoopers SpA, Publikompass, Eselunga, Segretariato Sociale Rai, Industria Farmaceutica Serono, Mondadori SpA, Ingrosso Commercio Preziosi Italia Srl, RCS, Mazda Motor Italia, Saatchi & Saatchi, Piaggio & C., Sky, Saiwa, Pubblicità Progresso, Sanofi-Aventis, Sodalitas, Sanpaolo IMI, Swann Film Europe Srl, Schering, T.N.T. Globalexpress SpA, Telecom Italia, Fulgar SpA, TIM, Euroopen SpA, Vodafone Italia, Martincart Srl, Wind Telecomunicazioni, L.C.P. Italia, A. Manzoni SpA, Bottonificio Coma Fratus, Baltur SpA, H3G.

Nel 2007 hanno aiutato la ricerca scientifica e collaborato all'assistenza dei malati di sclerosi multipla.

FISM - Fondazione Italiana Sclerosi Multipla - Via Operai, 40 - 16149 GENOVA - Telefono (010) 27.131 - Fax (010) 27.13.202 - www.aism.it

15-16 ottobre

I ❤️ AISM

UNA MELA TIRA L'ALTRA. TUTTE INSIEME FANNO BENE ALLA RICERCA CONTRO LA SCLEROSI MULTIPLA.

Sabato 14 e domenica 15 ottobre sono i giorni di "Una Mela per la Vita". Ogni anno, con questa iniziativa, UNAPROA, AISM e FISM raccolgono fondi vitali per la lotta alla Sclerosi Multipla: servono a sostenere la ricerca scientifica e i servizi di assistenza alle persone colpite da questa grave malattia.

Più di 4 milioni di mele emiliano-romagnole, famose per la loro dolcezza, invaderanno pacificamente 2000 piazze di tutta Italia: tra il grido delle inimitabili Golden e il verde delle freschissime Granny Smith, vedrai spiccare il rosso acceso delle Red Delicious e quello più delicato delle Fuji. Una festa di colori e sapori cui non potrai resistere.

LASCIATI TENTARE ANCHE TU: GRAZIE A "UNA MELA PER LA VITA", SCOPRIRAI IL GUSTO DELLA SOLIDARIETÀ.

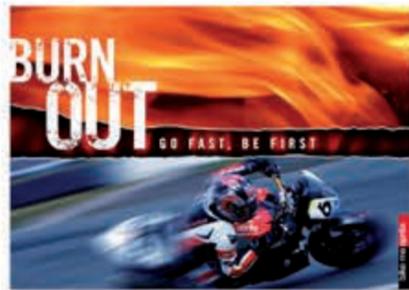
Per conoscere la piazza più vicina chiama il Numero 840.502050 o vai a trovarci in piazza o visita il sito www.aism.it e www.unaproa.com

DUE VOLTE L'ANNO, AIUTO L'AISM A VINCERE SULLA SCLEROSI MULTIPLA.

È una delle più gravi malattie del sistema nervoso centrale: cronica, progressivamente invalidante, imprevedibile. Eppure crudelmente puntuale: in Italia, la sclerosi multipla colpisce ogni 4 ore. Solo la ricerca scientifica può sconfiggerla, ma per farlo ha bisogno di fondi che oggi non bastano: su 4 progetti di ricerca, 3 non possono essere finanziati. Più di 10.000 Volontari già ci aiutano a diffondere il nostro appello alla solidarietà: se vuoi, puoi farlo anche tu. Regalando poche ore del tuo tempo, anche solo per due weekend all'anno, avrai la soddisfazione di contribuire a un grande progetto: un mondo finalmente libero dalla sclerosi multipla.

Per conoscere l'AISM, Associazione Italiana Sclerosi Multipla e sapere come fare a darci una mano, telefona allo 010-27.13.221 o scrivi a rossana.zavina@aism.it - www.aism.it







Casse 'antiche' decorative utilizzabili come box per materiali

Allestimento della Sala Storica Birra Moretti



Allestimento della Sala Storica Birra Moretti



Allestimento della Sala Storica Birra Moretti



Allestimento della Sala Storica Birra Moretti

Casse 'antiche' decorative utilizzabili come pouff e box per materiali



Allestimento della Sala Storica Birra Moretti



Allestimento della Sala Storica Birra Moretti





Stand Estathè - Ferrero | Fiera di Rimini 2020 | My Events





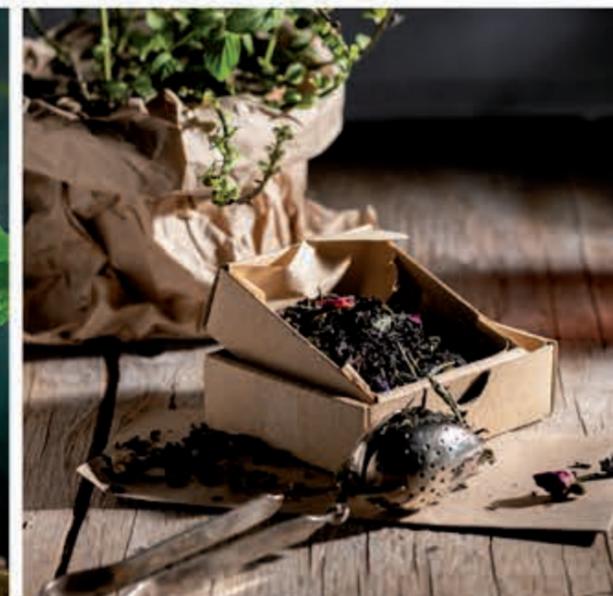


Stand Ferrero Occasioni di Consumo | Fiera di Rimini 2019 | My Events





Stand Ferrero Occasioni di Consumo | Fiera di Rimini 2019 | My Events



social media

strategy

SOCIAL PROOFING OUR BUSINESS

Fact 1

The elders are more and more online

60% of US people older than 65 are on the Internet

Source: Forrester

Percentages in other countries are lower but rising steadily:

45% in 2008 **54%** in 2011

Source: United Nations Economic Commission for Europe

Fact 2

People increasingly look for health information on the web

59% of US adults have looked online for health information in the past year

35% of US adults have used the Internet to try to figure out what medical condition they or another may have

Source: Piper Research Center

For Italian adults the Internet is the second place where they look for health information, after the family doctor

Source: Censis 2011

Fact 3

Many seniors are already active in social media and the number is growing fast

Among US over 65 who are online, almost half

49% are using Facebook

In fact, the use of social networks is growing more rapidly among US seniors than among younger people

Growth in social network use, 2012 over 2009:

+108% from 55 to 64 **+146%** over 65

Source: Piper Research Center

Fact 4

Many people today trust social media more than the traditional information sources

Influencers and opinion leaders in Italy

Levels of trust for different information sources. Data about 2011 and 2012

Source: Edelman Trust Barometer, 2012

Fact 5

Not by chance, the most important companies are busy implementing their social media strategies

Fortune Global 100 Companies with social media activities

Source: Fortune Global 100

Fact 6

But spending the marketing budget on social does not necessarily lead to success!

The social media expenditure of exemplar companies is not significantly higher than that of average companies

Success depends on **how** you spend your "social money"

Those who succeed understand that people (inside and outside the company) and their relationships are the real value!

As Amplifon we have a natural inclination

A Listening and engaging with our customers is part of Amplifon's DNA

B We love to give our customers the possibility to connect with their loved ones

Thus, social media are a clear choice to create new value for our customers

That's why we're kicking off the Social Media Project. Few simple rules to follow:

1st rule: actively take part in the conversation

2nd rule: every experience counts (so share it with our customers)

3rd rule: participate in developing our social media strategy

We will be not alone. OPEN KNOWLEDGE will be our companion in this journey

4 MARCH The Project will be launched on 4th March so stay tuned!

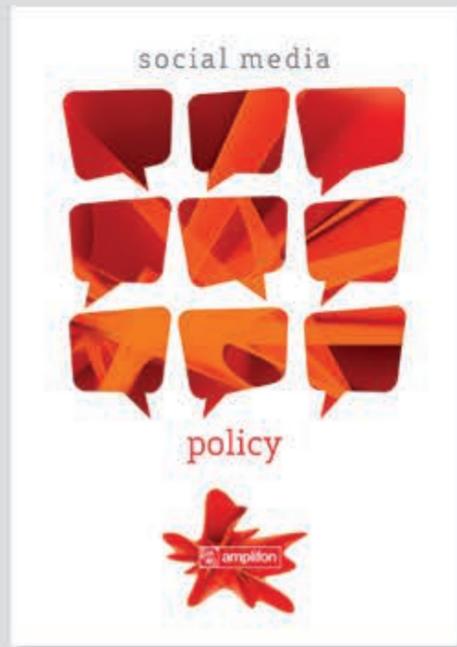
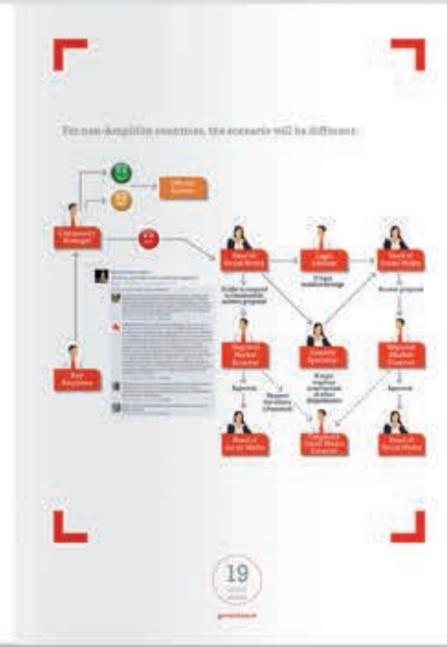
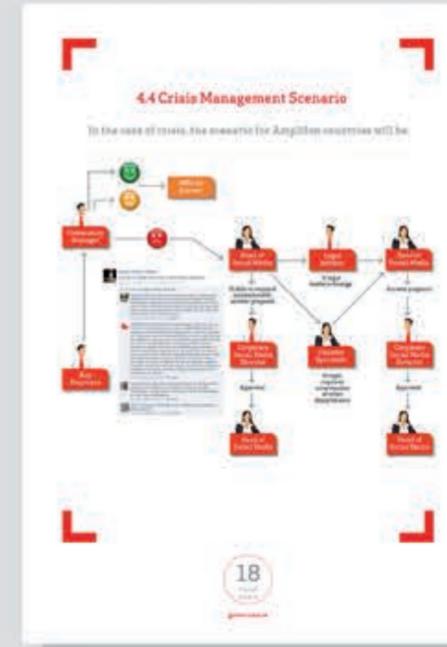
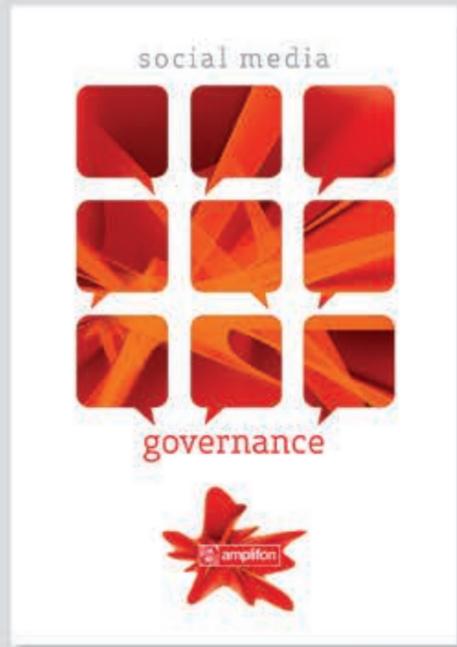
Now that you got at the end of the infographics, are there any questions and suggestions? Feel free to tweet @amplifon or write me at devide.decarotis@amplifon.com

2

3

1. Executive Summary	4
2. Introduction	8
2.1 The Need for a Social Media Strategy	8
2.2 Current presence of Amplifon in Social Media	8
3. An Evolutionary Path for Social Media Adoption	10
3.1 Stage 1 - Plan	12
3.2 Stage 2 - Experiment	12
3.3 Stage 3 - Engage	13
3.4 Stage 4 - Scale	14
3.5 Stage 5 - Open Up	14
4. Amplifon Customer Journey	15
5. Stakeholders	17
6. Key Strategic Goals for Amplifon Social Media Strategy	19
6.1 Stakeholder objectives	19
6.2 Brand Perception	20
6.3 Lead Generation	21
6.4 Customer engagement	22
6.5 Advertising	23
6.6 Satisfaction	25
7. Actions on every social channel	26
7.1 Facebook	26
7.2 Twitter	27
7.3 LinkedIn	28
7.4 YouTube channel	29
7.5 Pinterest account	29
7.6 LinkedIn	29
8. Other necessary activities	31
8.1 Organizational	31
8.2 Budget Allocation	32
8.3 Integration among Channels	33
8.4 Specific Activity Guidelines	33
8.5 Monitoring	34
9. Tools	39
9.1 Buffer App	39
9.2 Hootsuite and Buffer Plugins	39
9.3 Hootsuite Desktop	39
9.4 Hootsuite Mobile	40
9.5 Buffer	40
9.6 Buffer for Instagram	41
9.7 Social Sight	41
9.8 Social Piggy	41
10. KPIs	43





1. Why a Policy?

Amplifon presence in social channels must be conceived as an extension of Amplifon's service to its consumers, and as a way to promote an effective and transparent dialogue with them.

The objective of this Social Media Policy is to provide Amplifon with a structure of clear and defined guidelines for social media brand, aiming to develop the full potential of social networking and to increase the image of the brand that is coherent with its values and identity.

The responsibilities contained in the first chapter are shared to guide every employee of the company, both those who are officially authorized to deal with social media and to speak in the company's name, and those who listen and participate autonomously inside the working environment and elsewhere. The first objective of this policy, "Orientation", includes some general guidelines helpful for any individual posting on Amplifon channels.



3. Spokepeople in social channels: people authorized to speak in Amplifon's name.

Every country should nominate 2 employees authorized to speak in social media channels: Head of Social Media and Community Manager.

At the initial stages of development, the jurisdiction of these social media channels will be assigned to the national agent, which in turn will act as a Community Manager.

The key principles concern a structured governance model relationship between Amplifon and all its stakeholders: consumers, customers, managers and staff. The objective of this policy is to promote an effective and transparent dialogue with them.

Care
 Care is one of the founding values of Amplifon. The company wants to maintain its customers' confidence and build a long-term relationship with them. The presence of Amplifon in social media is a way to promote an effective and transparent dialogue with them.

Responsibility
 It is important to communicate the same message, consistent and clear. Amplifon's communication office will be in charge of the social channels both before and after the launch. And it is important to observe the ethical code of Amplifon to ensure that only valid information is provided and verified.

3. Spokepeople in social channels: people authorized to speak in Amplifon's name.

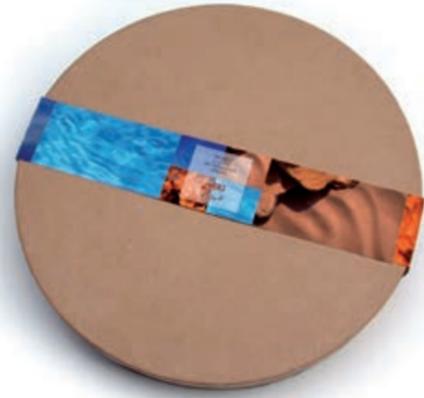
Every country should nominate 2 employees authorized to speak in social media channels: Head of Social Media and Community Manager.

At the initial stages of development, the jurisdiction of these social media channels will be assigned to the national agent, which in turn will act as a Community Manager.

The Community Manager will post the contents day-by-day and will speak not in his/her own name but under the brand's name.









I dessert applaudono il primo.
Leader di mercato con il 17%*



Il Brachetto d'Acqui Cinzano dà il suo meglio con i dolci, grazie alla sua qualità, in soli due anni è diventato leader di mercato raggiungendo la quota del 17%. In una zona molto battuta tra Nizza Monferrato e Acqui nasce il vino Brachetto. In queste terre Cinzano ha saputo produrre uno strepitoso Brachetto d'Acqui vinificato in purezza. Un piccolo capolavoro che cresce sulle "colline degli aromi" e che, grazie alla fermentazione col Metodo Charmat, Cinzano ha saputo rendere unico esaltando la ricchezza di sfumature che lo caratterizzano. Un vino irraggiante e vivificante che grazie alla sua qualità ha streguito tutti e, in soli due anni, è diventato leader di mercato.

*Fonte: Nielsen Scanner
Beverage/Alcolici/Anidati
E del solo brand di Brachetto
datato periodo da 1/1/2014
al 31/12/2014




ANCHE CHI ARRIVA PER ULTIMO PUÒ ESSERE IL PRIMO.

Alle fine di tutto, con un buon dolce, ti vuole un buon vino. Che meglio di Brachetto d'Acqui Cinzano, capace di accompagnare al meglio ogni dolce e di diventare, in soli due anni, leader di mercato con una quota del 17%.

In una zona molto battuta tra Nizza Monferrato e Acqui nasce il vino Brachetto. In queste terre Cinzano ha saputo produrre uno strepitoso Brachetto d'Acqui vinificato in purezza. Un piccolo capolavoro che cresce sulle "colline degli aromi" e che, grazie alla fermentazione col Metodo Charmat, Cinzano ha saputo rendere unico esaltando la ricchezza di sfumature che lo caratterizzano. Un vino irraggiante e vivificante che grazie alla sua qualità ha streguito tutti e, in soli due anni, è diventato leader di mercato.




*Fonte: Nielsen Scanner
Beverage/Alcolici/Anidati/Brachetto
E del solo brand di Brachetto
datato periodo da 1/1/2014
al 31/12/2014



BIRRAPOLIS
Il villaggio del divertimento

Utilizzare il CPSI Beer soltanto con dispositivi che causano problemi di ritaglio nei file EPS. I tempi di stampa potrebbero essere rallentati in modo significativo se utilizzate questo software con dispositivi CPSI che non causano questo problema. Questo software è stato sottoposto a varie prove che hanno confermato la sua capacità di risolvere i problemi qui menzionati. Quindi, per evitare questo problema, si consiglia di utilizzare software che non causano questo problema. L'unico modo per risolvere il problema è utilizzare software che non causano questo problema.



Birra Moretti. Sincera per tradizione.



Gran Gala della Birra

Utilizzare il CPSI Beer soltanto con dispositivi che causano problemi di ritaglio nei file EPS. I tempi di stampa potrebbero essere rallentati in modo significativo se utilizzate questo software con dispositivi CPSI che non causano questo problema. Questo software è stato sottoposto a varie prove che hanno confermato la sua capacità di risolvere i problemi qui menzionati. Quindi, per evitare questo problema, si consiglia di utilizzare software che non causano questo problema.



Il Villaggio Birra Moretti, 20.000 mq di divertimento



BIRRA MORETTI
VILLAGGIO

IL DIVERTIMENTO COMINCIA DA QUI
ARENA DELLA VITTORIA - BARI
DAL 26 LUGLIO AL 2 AGOSTO DALLE ORE 18 ALLE 2 DEL MATTINO

Utilizzare il beer ipsum iter soltanto con dispositivi che causano problemi di ritaglio nei file. I tempi di stampa potrebbero essere rallentati in modo significativo se utilizzate questo software. I tempi di stampa potrebbero essere rallentati in modo significativo se utilizzate questo software. I tempi di stampa potrebbero essere rallentati in modo significativo se utilizzate questo software.

BIRRA MORETTI. SINCERA PER TRADIZIONE.

Crea & Vinci...
LA TUA MINI-INSALATA

OGNI SETTIMANA
20
OGNI MESE
3

CONCORSO CULINARIO
OGNI SETTIMANA
20
OGNI MESE
3



Crea & Vinci...
UNA SPIRITOSA
OPERA D'ARTE
L'OPPORTUNITÀ
DI VEDERLA PUBBLICATA
SU DONNA MODERNA



Con Bonduelle e Donna Moderna
la protagonista sei tu!

PARTECIPA
E PUOI VINCERE
SUBITO!



DONNA MODERNA

A Kabul, armata di sole fiabe
La storia di Selene Biffi

la protagonista sei tu!

BIANCO & NERO
ADESSO SI PORTA COSÌ

RECUPERAZIONE ASSISTITA

Bonduelle



Like



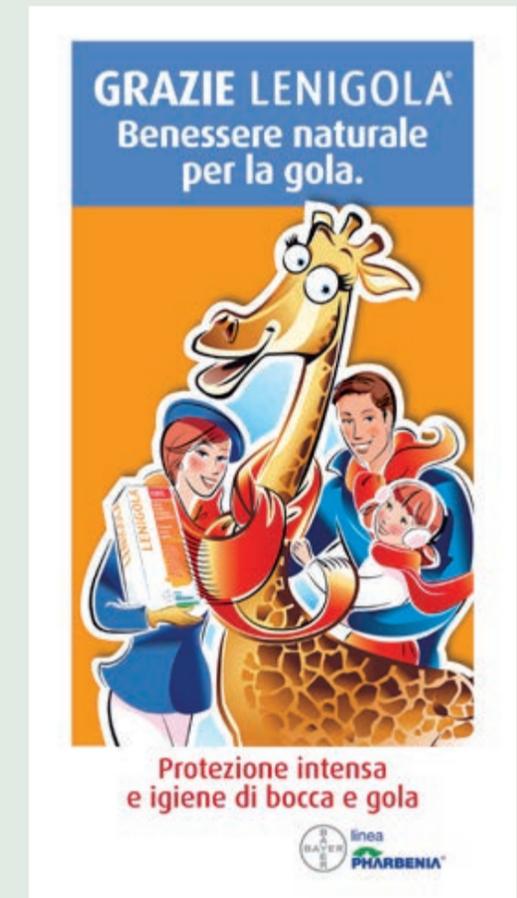
La vincitrice del Grande Concorso Bonduelle è Giovanna Basso
la sua deliziosa creazione con la nostra verdura si chiama "Anna Smith"

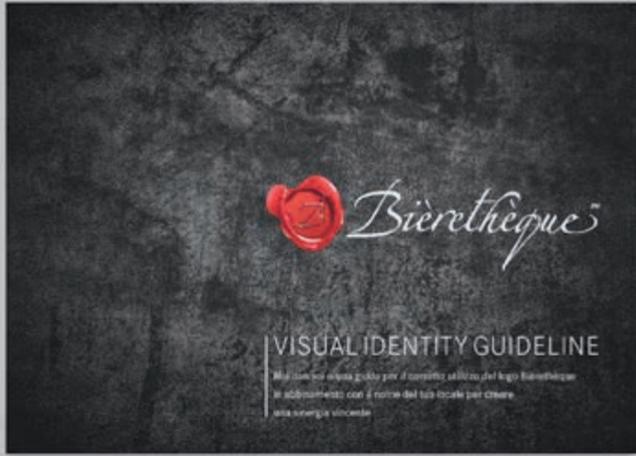
COPERAZIONE CULINARIA

Vestibulum eget
parque vitae
Mise en oeuvre adipiscing

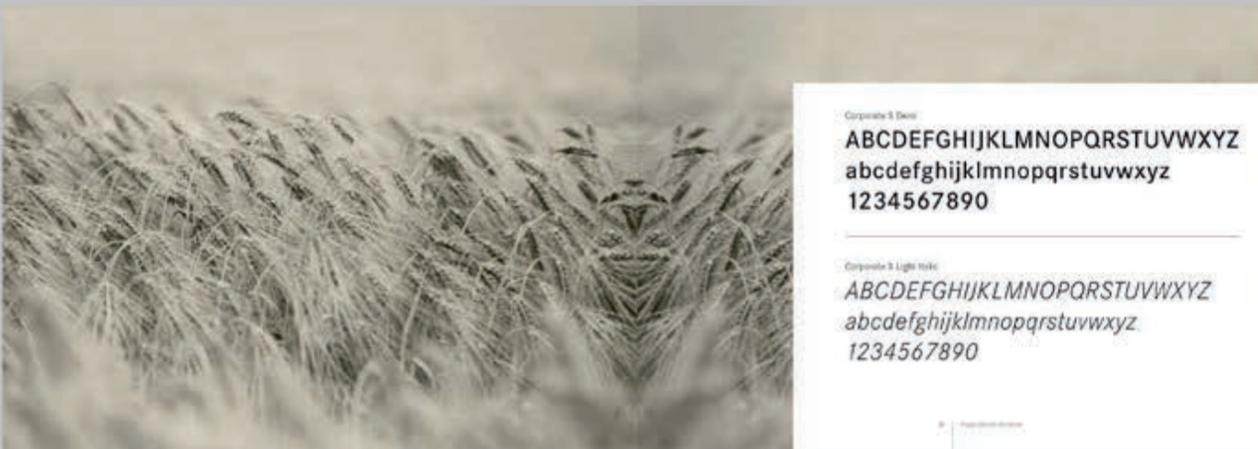
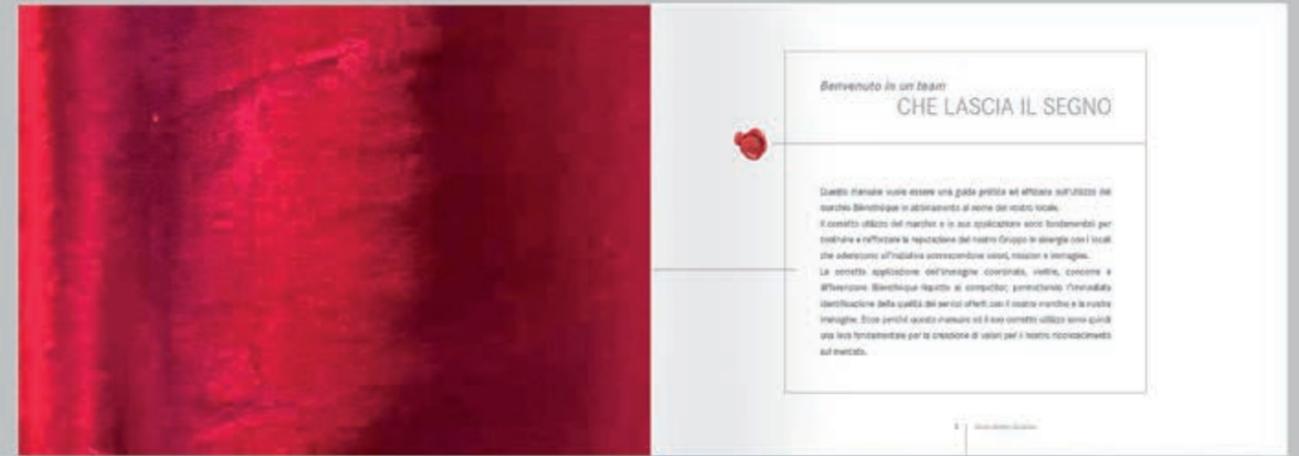
Bonduelle





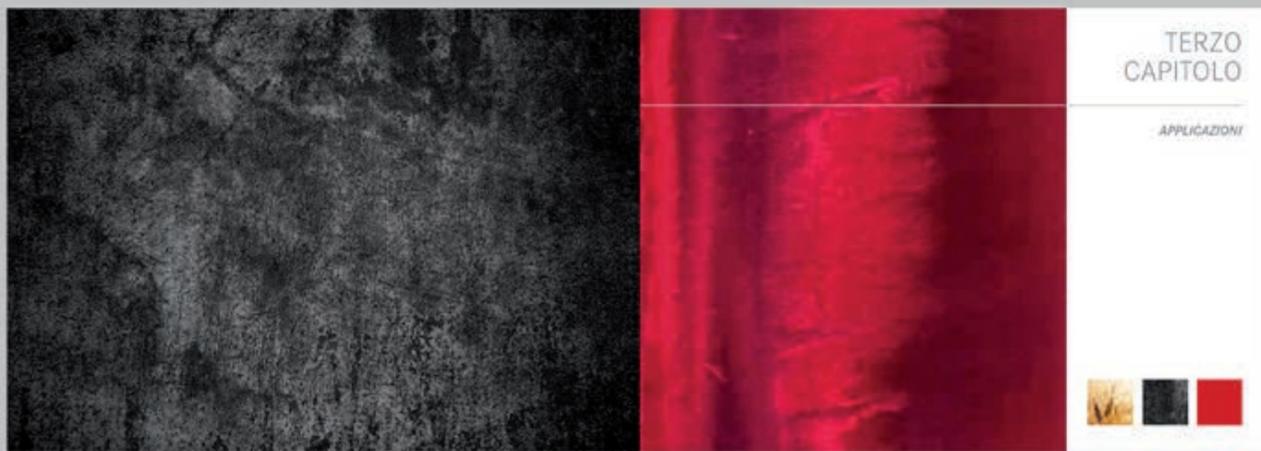


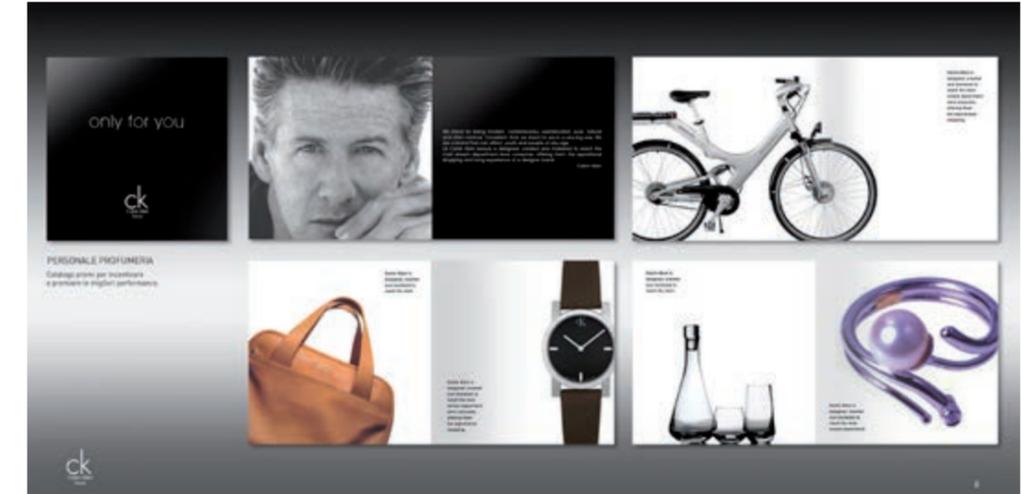
Project | Visual Identity Guideline | Bièrthèque | Pielle





Project | Visual Identity Guideline | Bièrethèque | Pielle

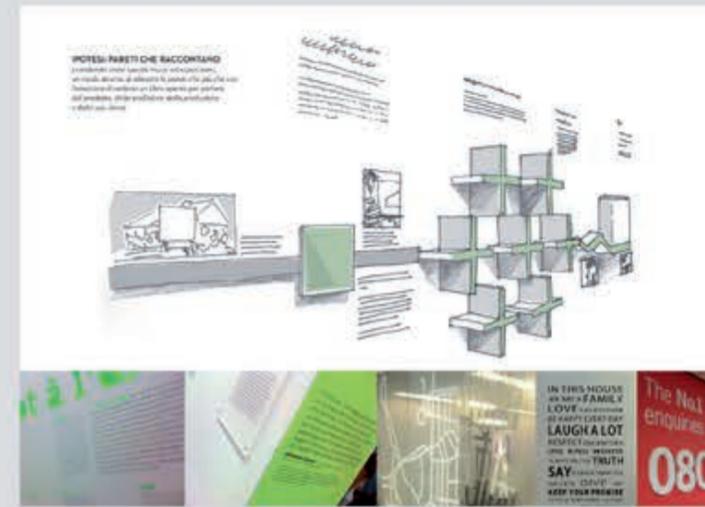
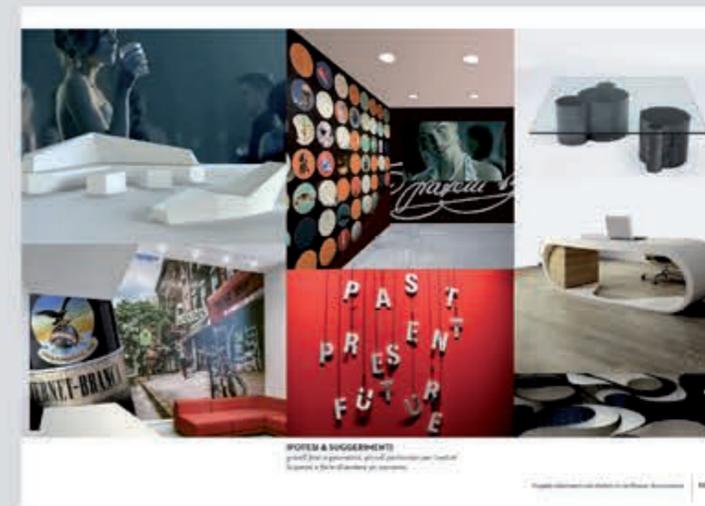
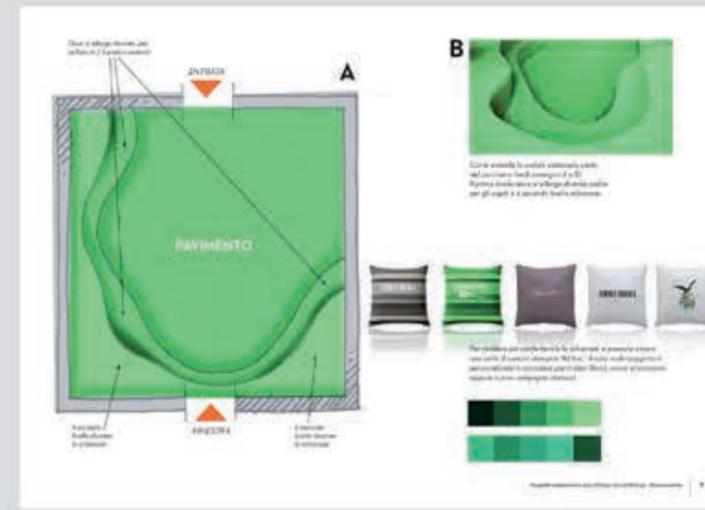
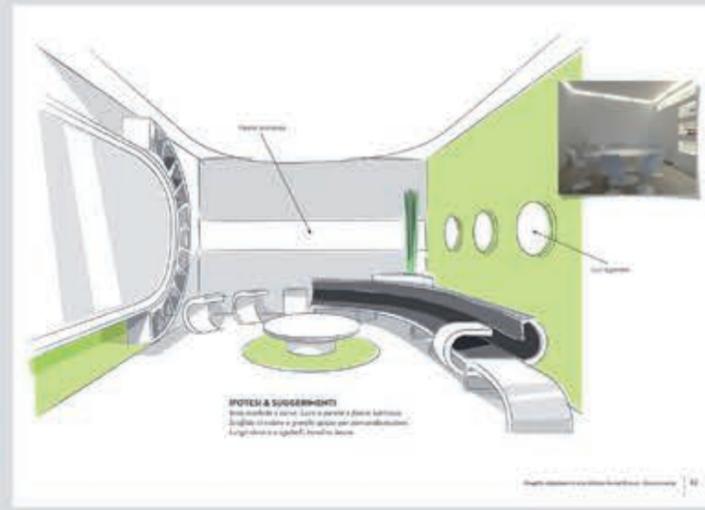
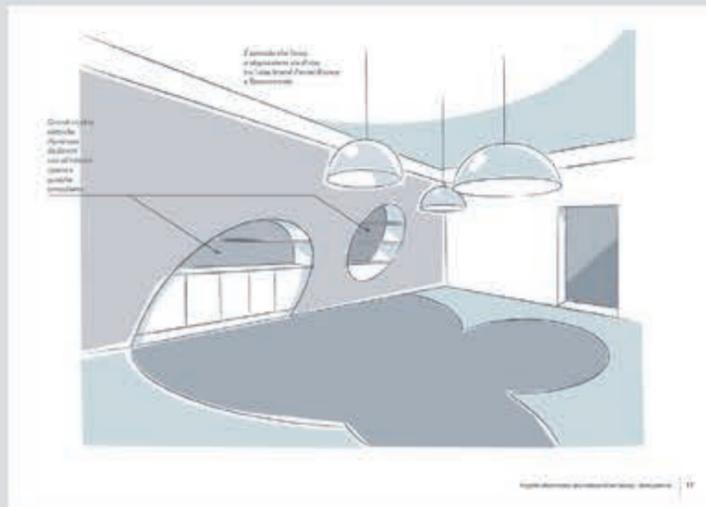
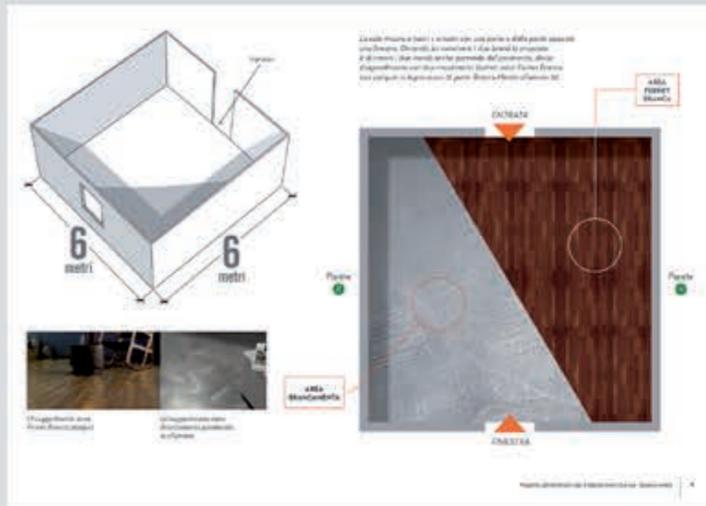








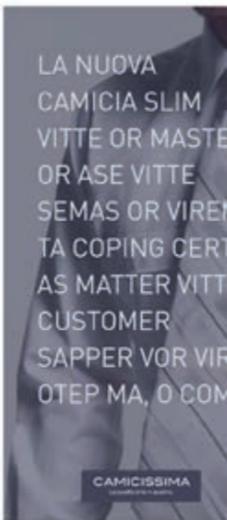
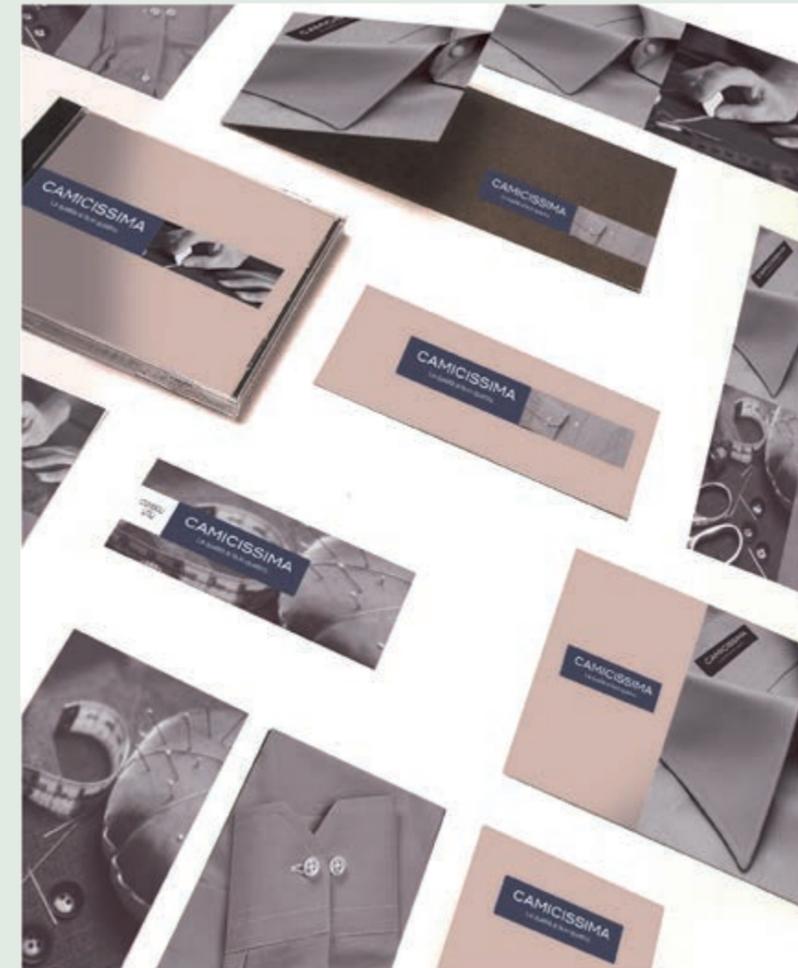




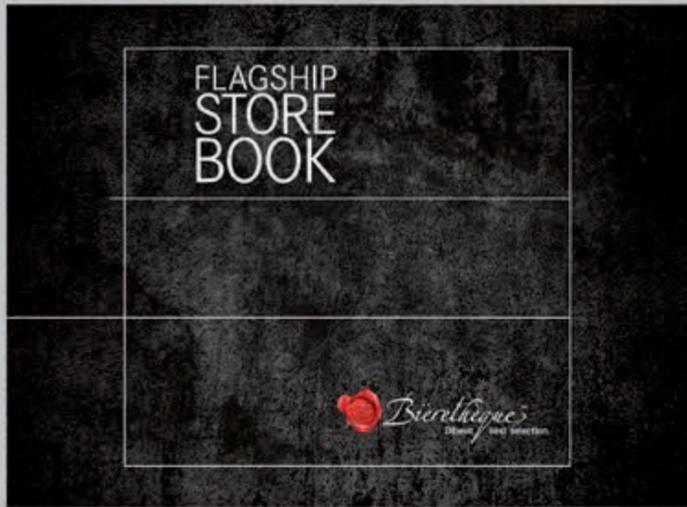




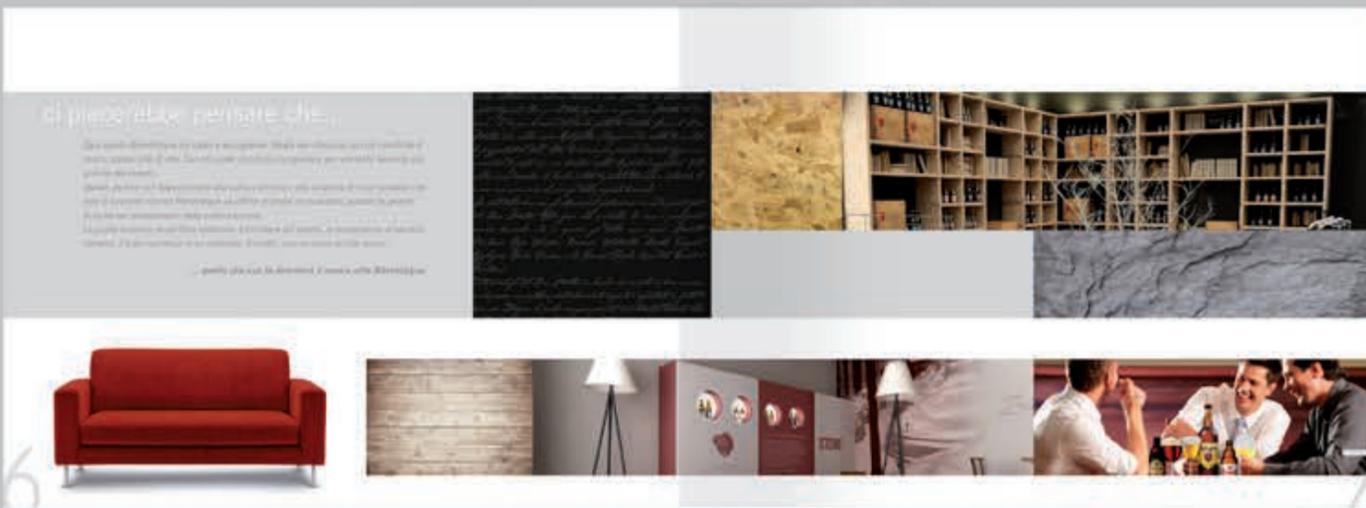
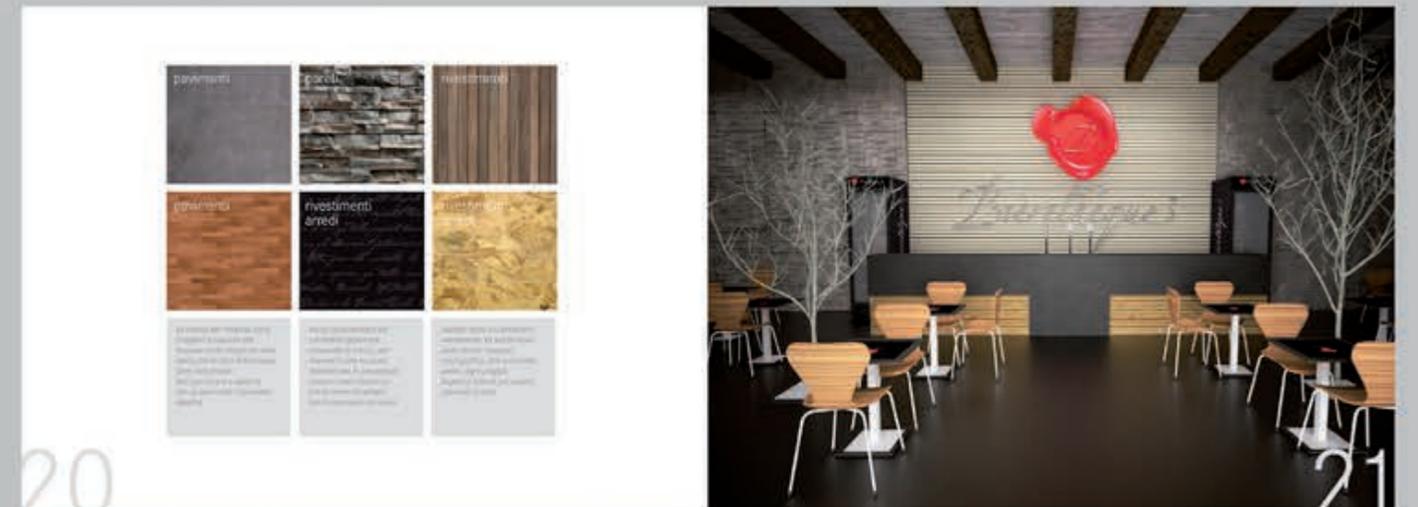


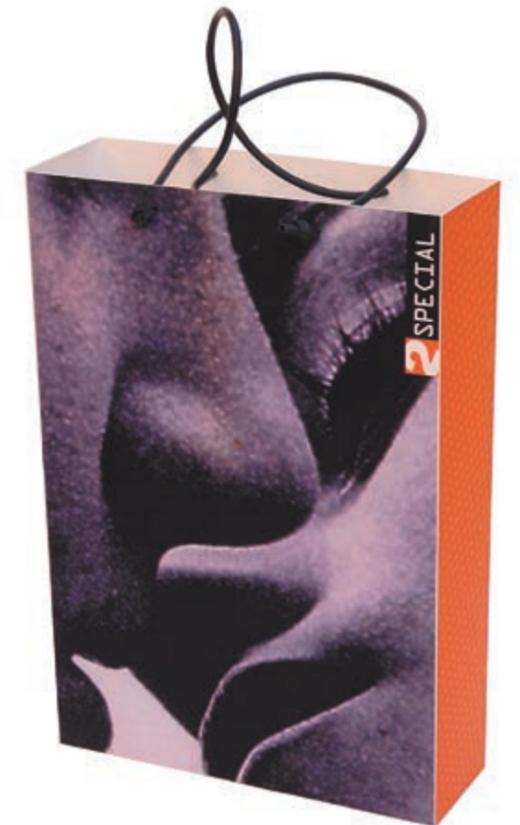
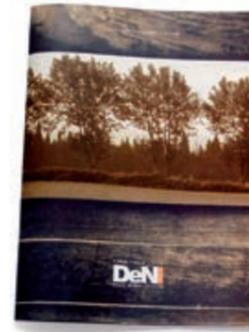
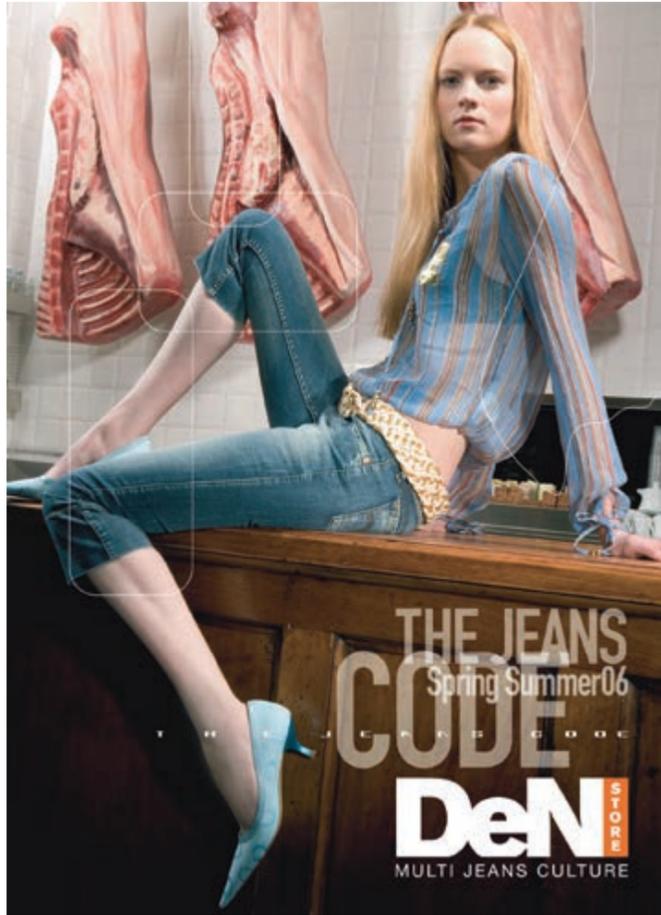






Project | **Flagship Store** | Bière liqueur Dibeivit | Pielle





Shopping Bag | TwoSpecial | Unison



duepuntozero
Doxa

“DIGITAL PASSION IN MARKET RESEARCH”

Like

Duepuntozero Research è l'agenzia di ricerche digitali del Gruppo DOXA. Cultura, pensiero e strumenti non convenzionali le permettono di trovare soluzioni di ricerca efficaci nel marketing, nella comunicazione e nella strategia digitale. Leader nel panorama italiano, ha partner in tutto il mondo per supportare i propri clienti attraverso processi di coinvolgimento del consumatore di tipo bottom-up e "2.0".

duepuntozero
Doxa

SOCIAL CLUSTERS PER I BRAND

SOCIAL PARTECIPATION - ISCRITTI A...

- 83% SOCIAL NETWORK
- 46% FORUM
- 30% BRAND COMMUNITY
- 17% BLOGGER

I tuoi consumatori sono social, sai come rendere social il tuo brand?

- 33% **SOCIAL FUN**
"Mi piace passare del tempo insieme ai miei amici divertendomi"
- 21% **BRAND PEER**
"Vorrei parlare con qualcuno che ha esperienza pratica, disguido con esso"
- 15% **ECOMANIA**
"Sono convinta l'azienda affida i prodotti solo ai libri che mi ha sempre"
- 17% **PRACTICAL**
"Mi serve soluzioni concrete, che mi diano informazioni e che siano operative"
- 14% **EMOTIONAL**
"Ciò che mi piace sono le emozioni. Le aziende dovrebbero parlare del loro valore"

SOCIAL MEDIA BRANDS: "UTILIZZO SPESSO"

Brand	Facebook	Google+	TripAdvisor	LinkedIn	Twitter	Instagram
MARZO 2013	71%	17%	14%	7%	15%	7%
GIUGNO 2013	37%					

Sai costruire una strategia digitale che porti valore al brand?

Sai come parlare della tua marca in rete e a chi ti rivolgi? E sai scegliere i contenuti più rilevanti?

I SOCIAL MEDIA E I BRANDS

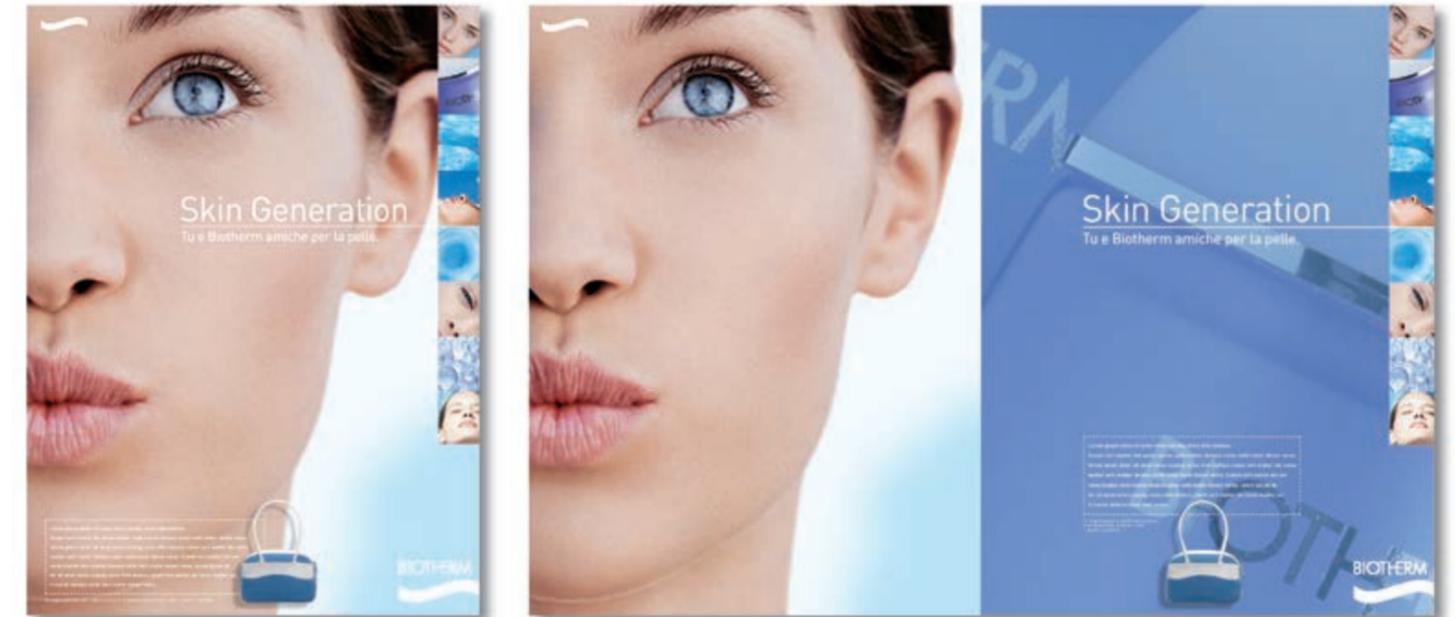
Brand	Facebook	Twitter	YouTube
CHI PUÒ VEDERE IL MIO PROFILE?	51%	76% AMICI	35%
QUANTO TEMPO GUARDO VIDEO?	41%	56% TIPS	34%
QUANTO TEMPO GUARDO VIDEO?	52%	56% TIPS	34%
QUANTO TEMPO GUARDO VIDEO?	7%	31% BRAND	26%
PERCHÉ SEGUI BRAND PAGE SU...	59%	53%	25%

Come co-creare insieme al consumatore una storia di marca e scrivere il suo futuro?

Quali sono le nuove dinamiche di comunicazione di marca?

Sai cosa raccontano i tuoi consumatori di te?

Fonte Italia (WAVE 1/2013 - 1500 interviste + utenti web)
Italia 2.0 fornisce mensilmente analisi e insight sui comportamenti, atteggiamenti e desideri degli utenti internet e su come le marche possono cogliere al meglio le opportunità della rete.

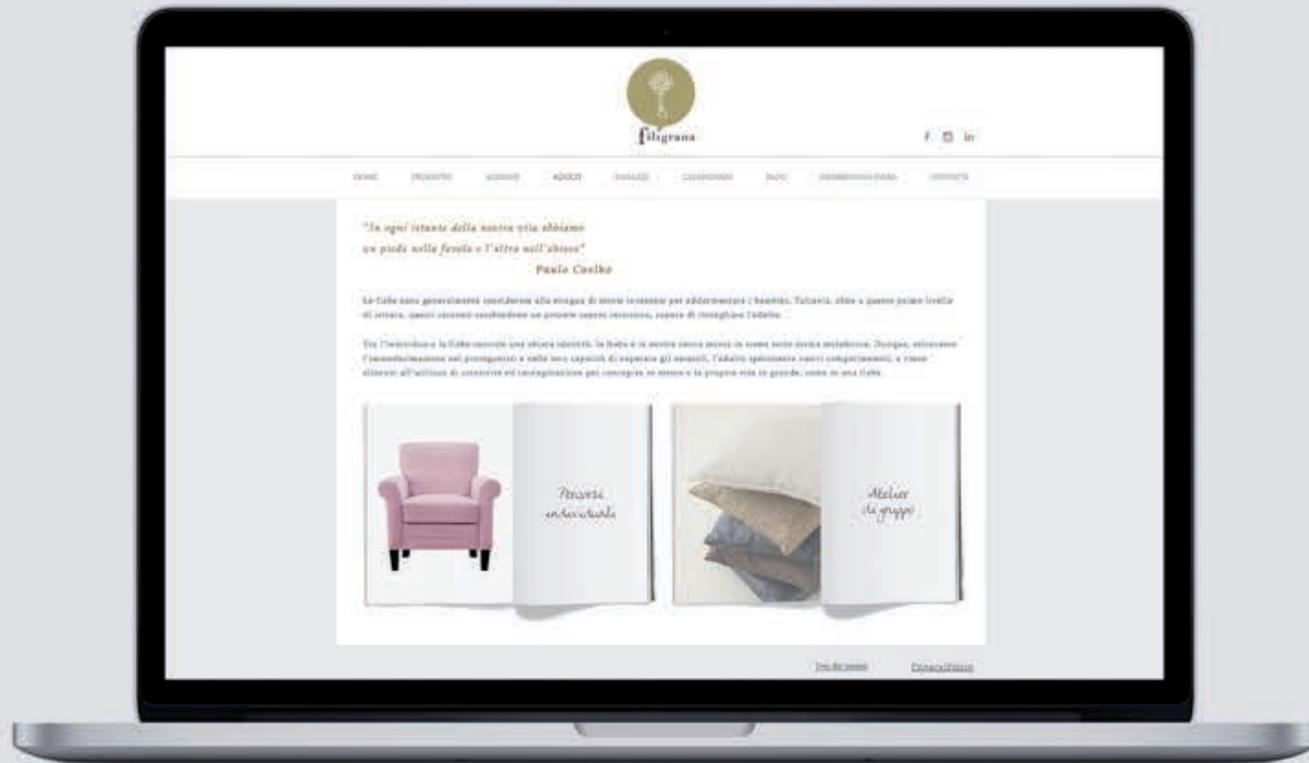




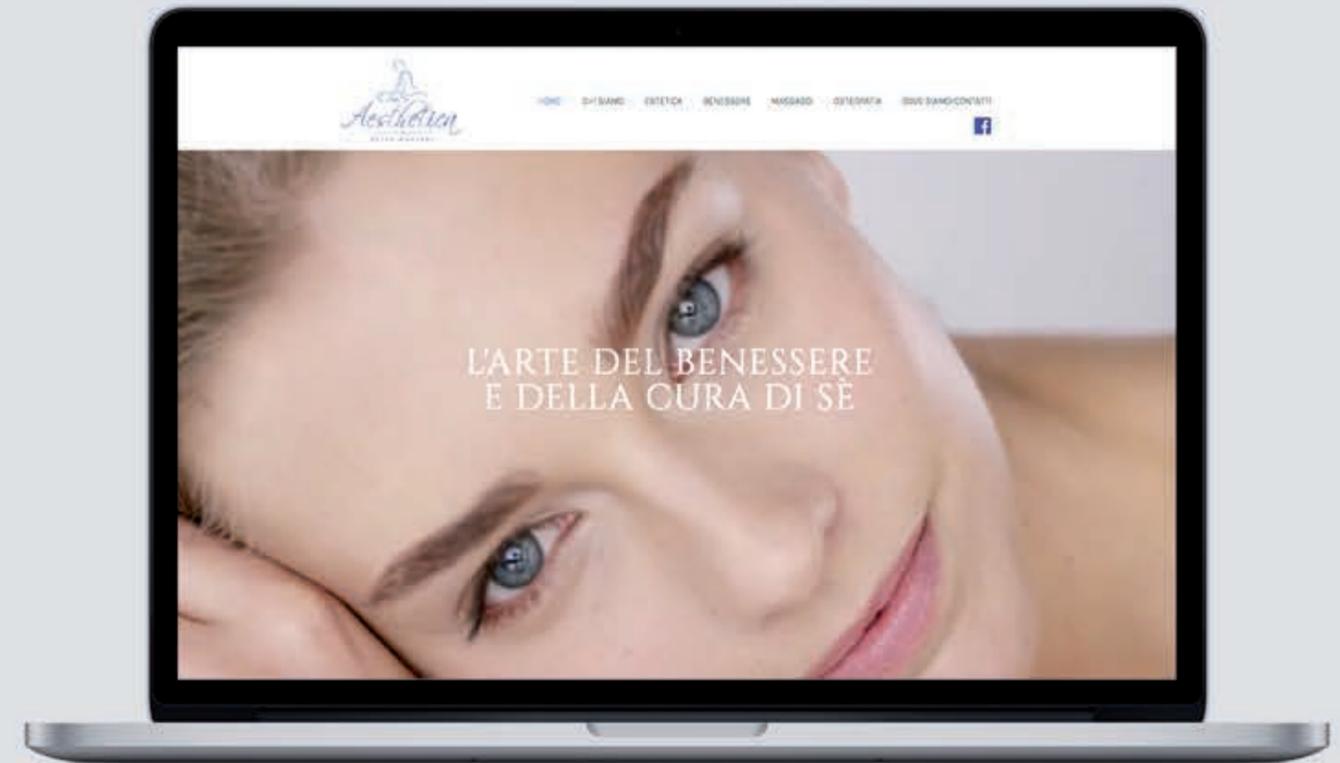
Promotion | Fissan | Sara Lee | Pielle



Web | Filigrana Storyteller Website | Babel



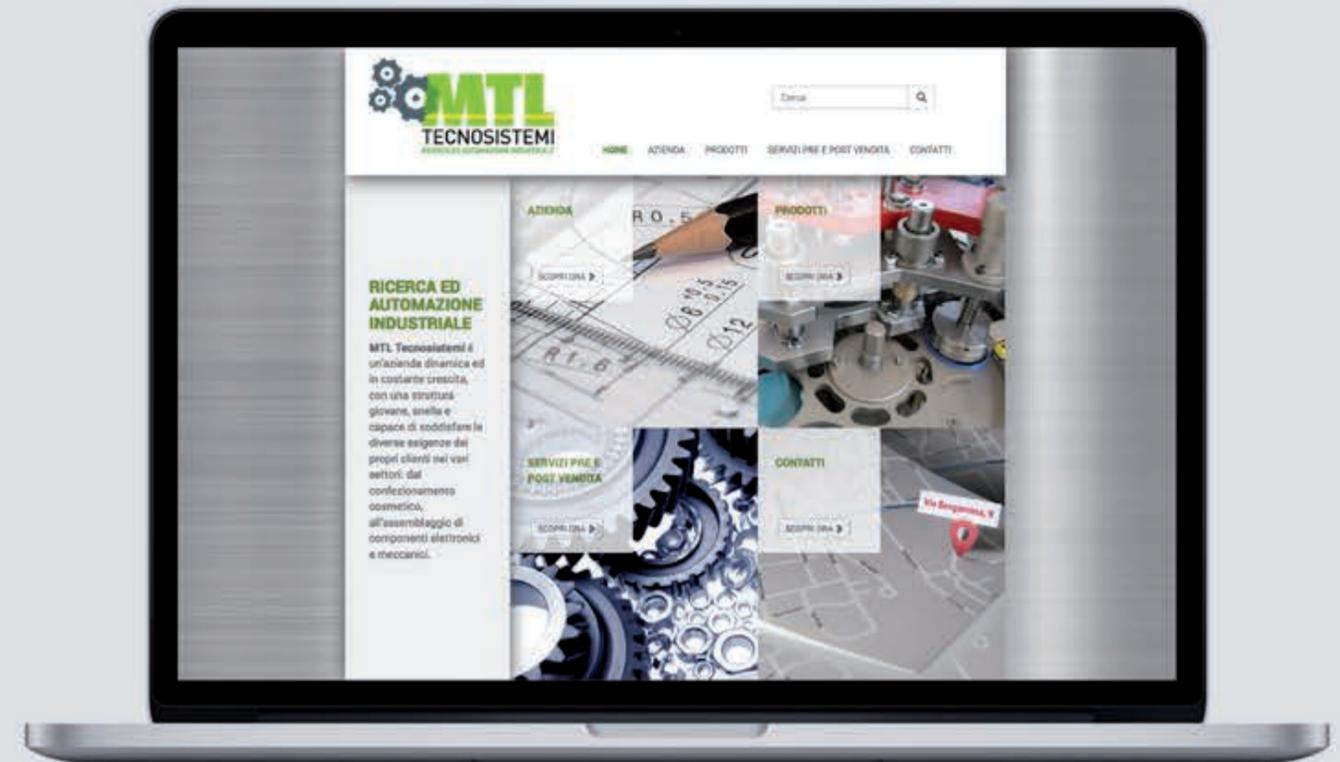
Web | Aesthetica Website | Babel



Web | KB Knowledge Website | Babel

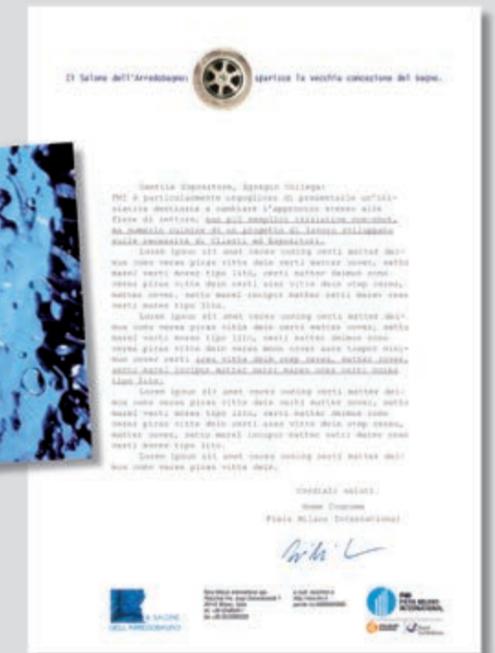
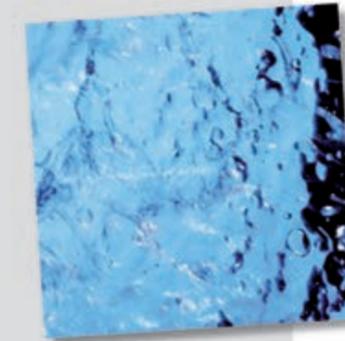


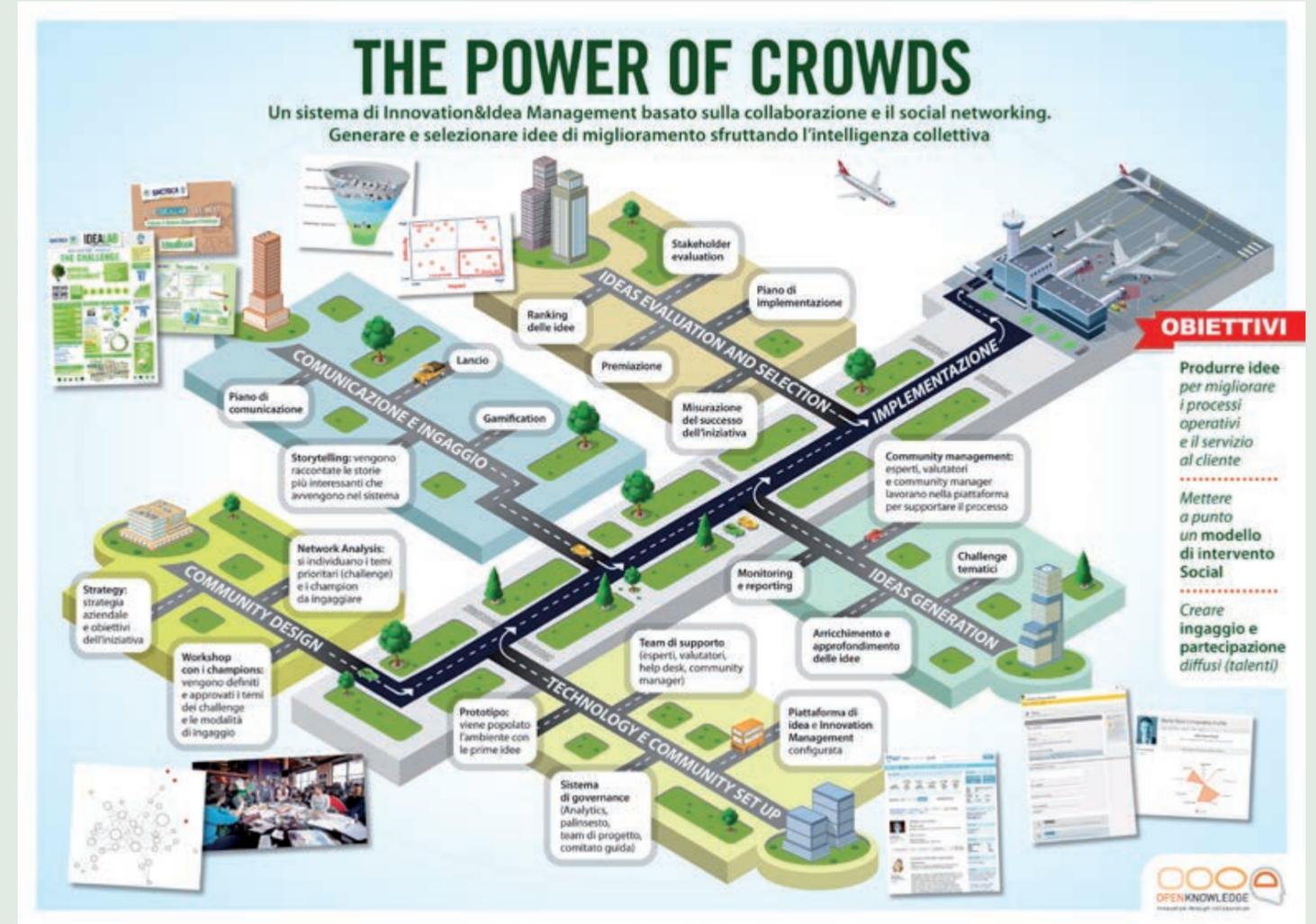
Web | MTL Tecnosistemi Website | Babel

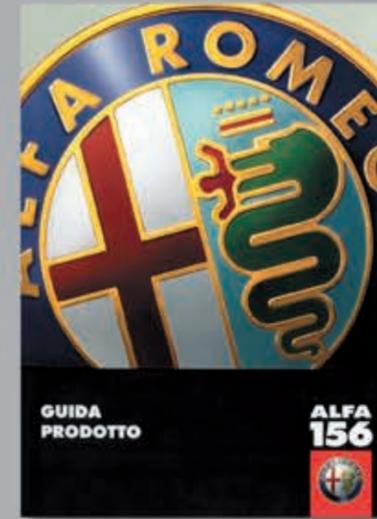


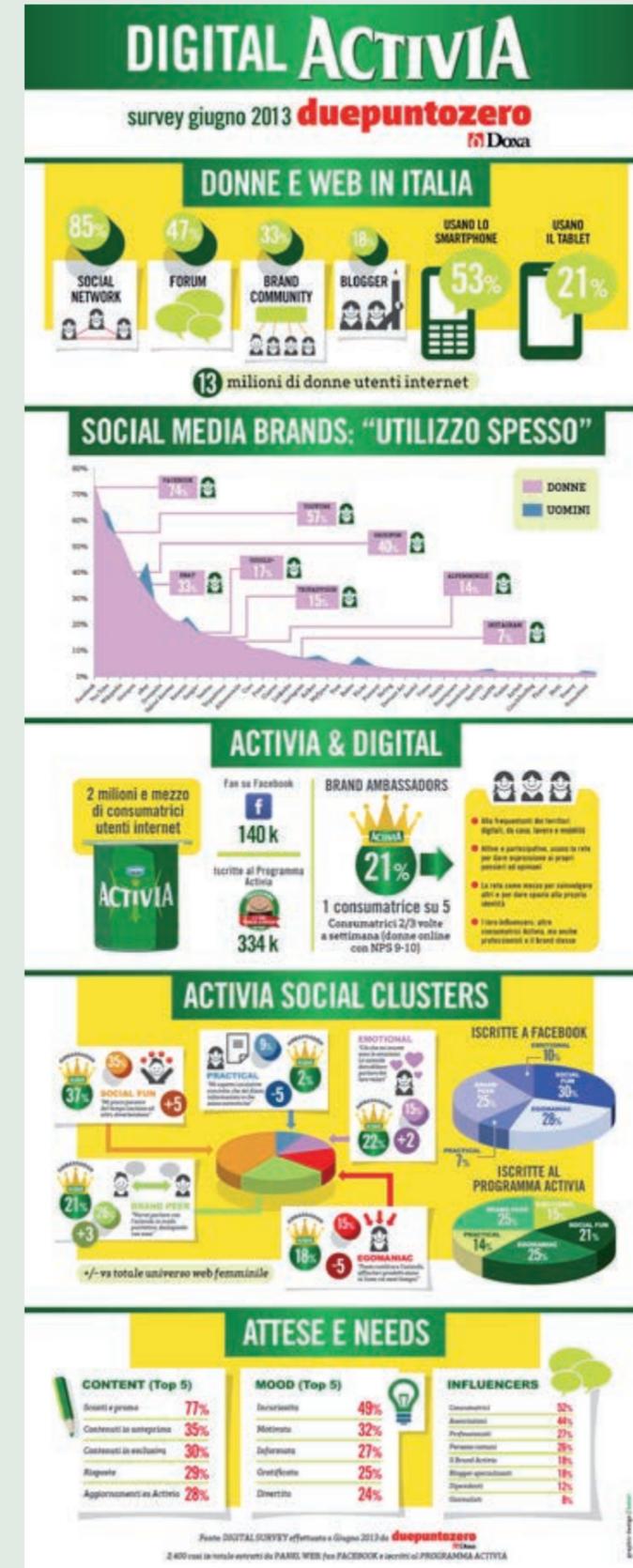
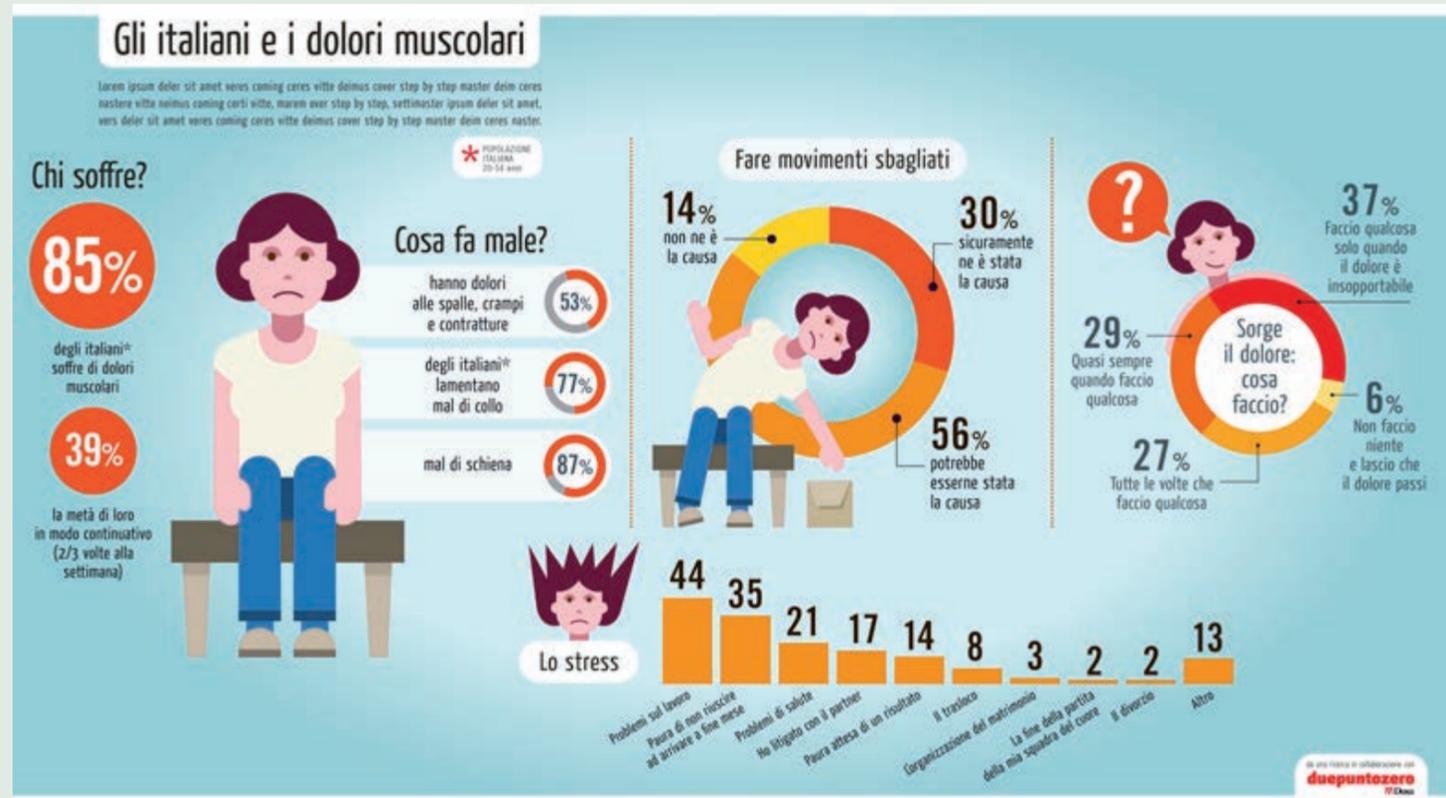
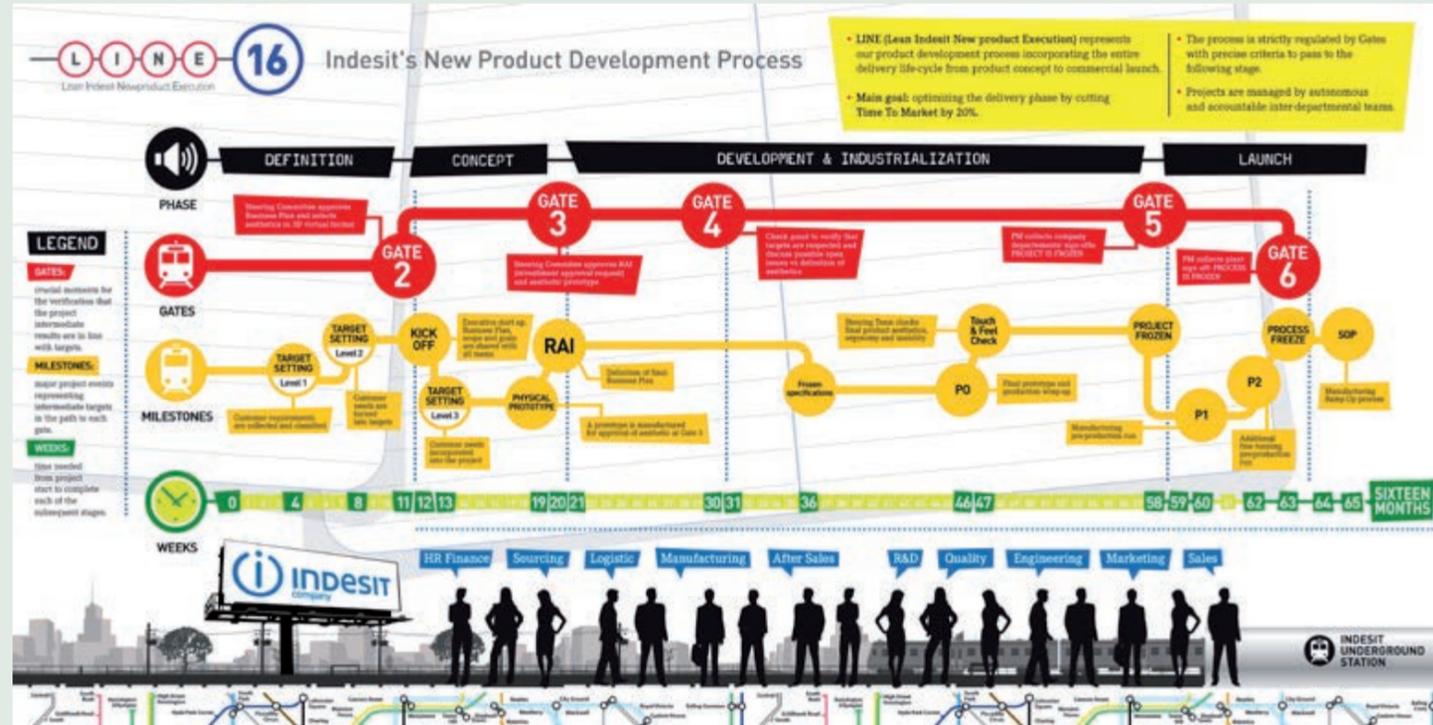


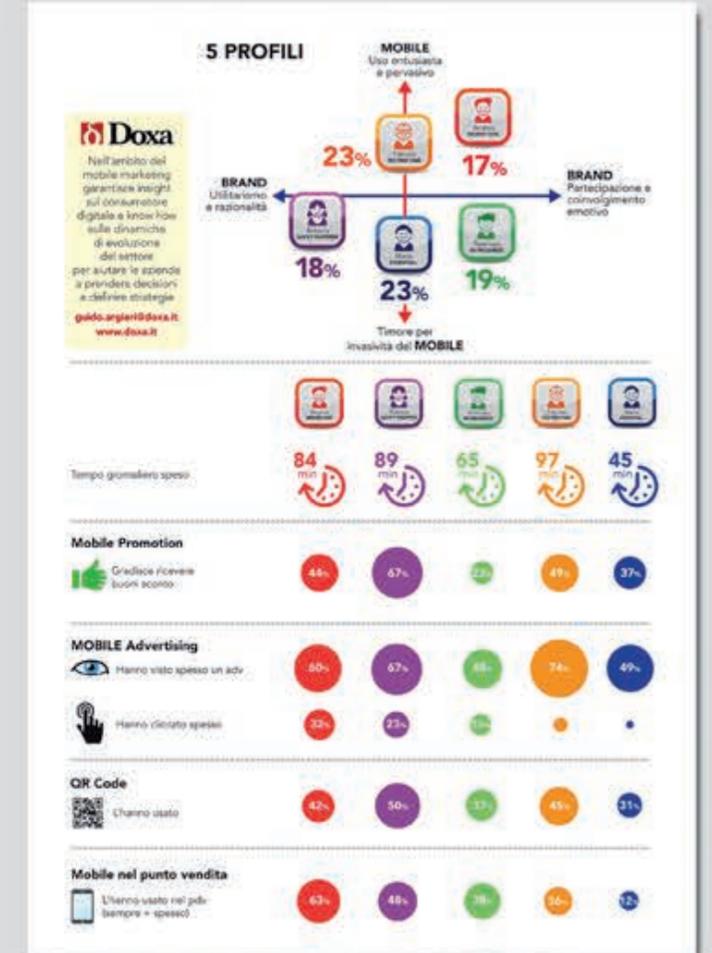
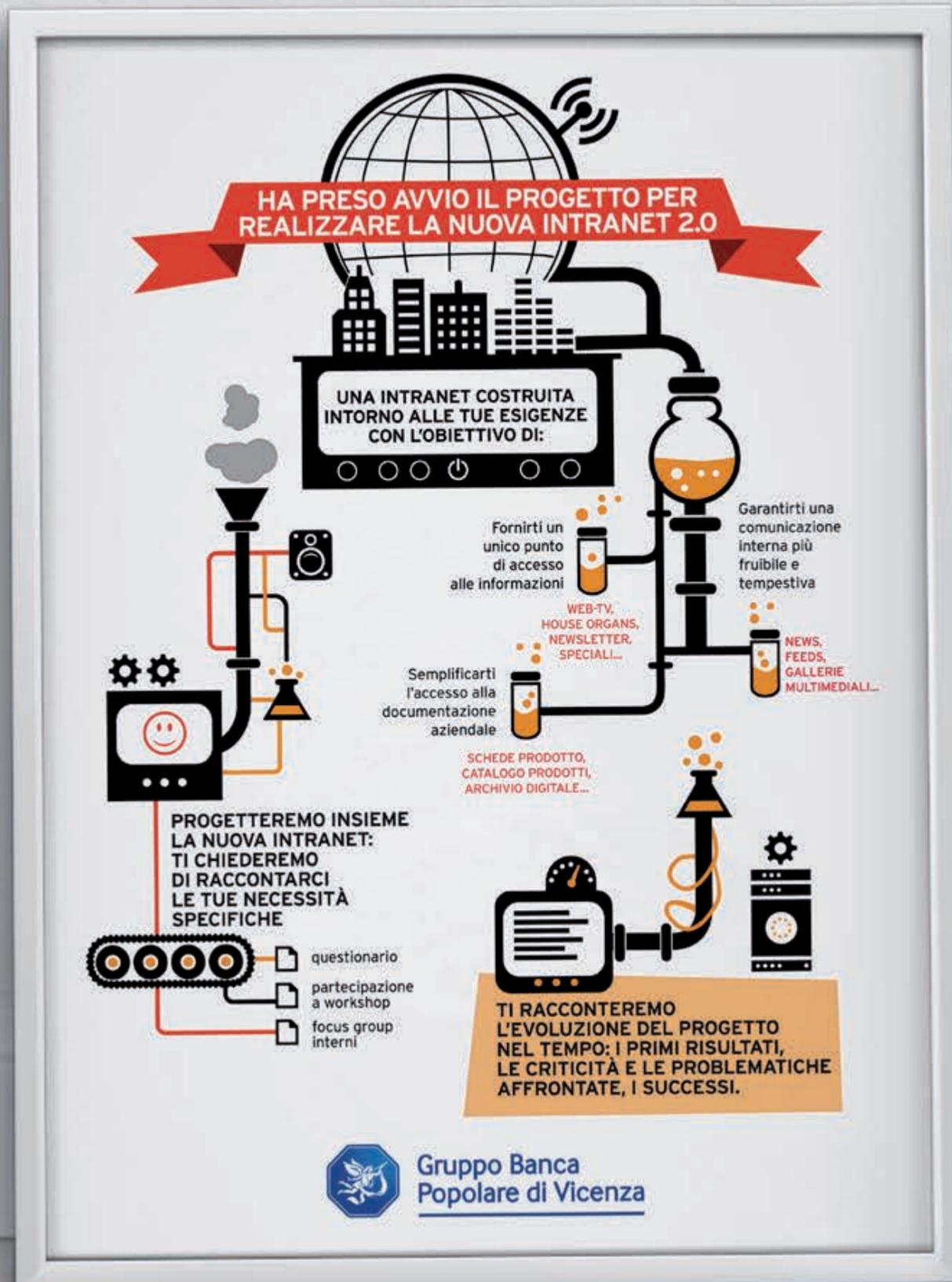
Direct Marketing | Fiera dell'Arredobagno | Fiera Milano International | Dejavu

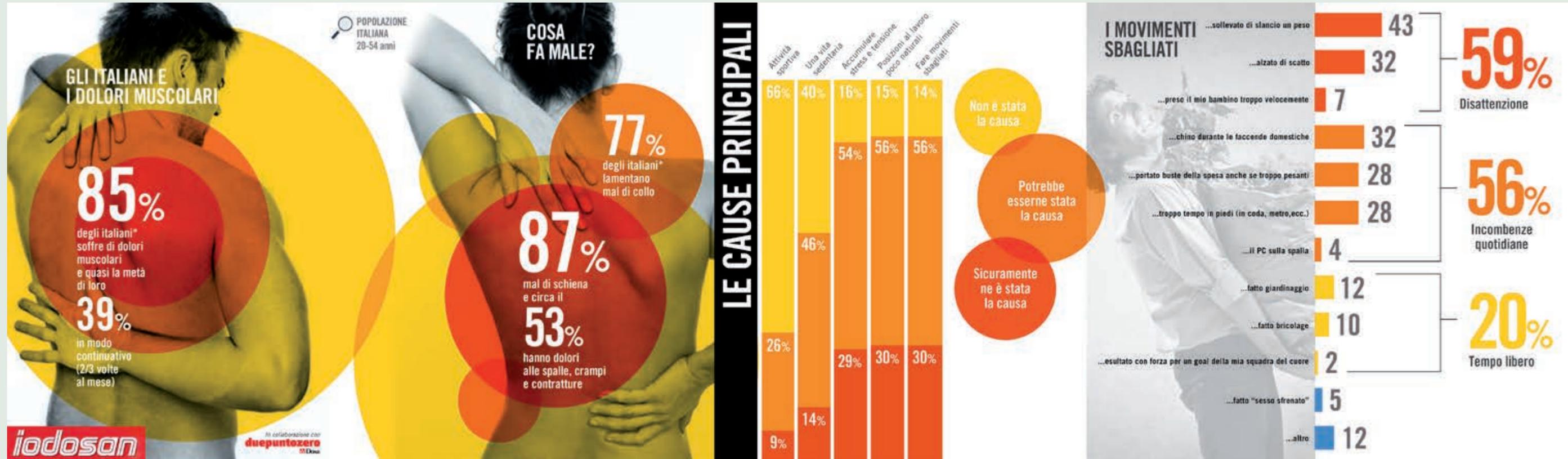












I VOSTRI PROGETTI TRACCIANO LA ROTTA, NOI VI AIUTEREMO A FARLI ANDARE IN PORTO.
BIGMAT OFFICIAL PARTNER OF MASCALZONE LATINO - CAPITALIA TEAM

Per oltre 20 anni BigMat ha vinto una sfida: essere il più grande Gruppo europeo di distributori indipendenti di materiali edili e un punto di riferimento per artigiani e imprese. Un partner generoso che conosce il suo settore e offre soluzioni concrete. Un successo garantito dalla consegna rapida, il carattere e dalla disponibilità di tecnici e magazzini, da un vasto assortimento delle marche, leader del mercato. Una squadra che con passione, professionalità ed esperienza viene sempre incontro alle esigenze dei propri clienti. Scopri BigMat oggi stesso.

Per conoscere il punto vendita più vicino alla tua zona contatta subito BigMat al n. 02.953.448.36 oppure sul sito www.bigmat.it.
Potrai verificare la convenienza di un grande Gruppo che ti aiuterà a portare sempre in porto i tuoi progetti.

Tel. 02.953.448.36 - Fax 02.953.412.32 - www.bigmat.it - e-mail: info@bigmat.it

I VOSTRI PROGETTI TRACCIANO LA ROTTA, NOI VI AIUTEREMO A FARLI ANDARE IN PORTO.
BIGMAT OFFICIAL PARTNER OF MASCALZONE LATINO - CAPITALIA TEAM

Per oltre 20 anni BigMat ha vinto una sfida: essere il più grande Gruppo europeo di distributori indipendenti di materiali edili e un punto di riferimento per artigiani e imprese. Un partner generoso che conosce il suo settore e offre soluzioni concrete. Un successo garantito dalla consegna rapida, il carattere e dalla disponibilità di tecnici e magazzini, da un vasto assortimento delle marche, leader del mercato. Una squadra che con passione, professionalità ed esperienza viene sempre incontro alle esigenze dei propri clienti. Scopri BigMat oggi stesso.

Per conoscere il punto vendita più vicino alla tua zona contatta subito BigMat al n. 02.953.448.36 oppure sul sito www.bigmat.it.
Potrai verificare la convenienza di un grande Gruppo che ti aiuterà a portare sempre in porto i tuoi progetti.

Tel. 02.953.448.36 - Fax 02.953.412.32 - www.bigmat.it - e-mail: info@bigmat.it

Costruiamo insieme un avvenire migliore.

Cras erat. Aliquam pede vulputate eu, est tortor tristique senectus et netus et males. Aliquam pede. Proin neque est, sagitta et, semper vitae, tristique quis Malesuada quis, egetis quis, nisi. Donec ac sapien. Ut orci. Duis ultrices, egetis quis, nisi. Donec ac sapien. metus a feugiat portitor, dolor mauris convallis est, quis mattis lacus ligula eu augue. Sed facilis. Morbi lorem eu, tristique vitae, sodales eget, hendrerit nisi, nisi. Vestibulum ante urna magna/quisque eget lacus. Malesuada fela nunc, aliquam eu, consequat vitae.

Cras erat. Aliquam pede. vulputate eu, est tortor tristique senectus et netus et males. Aliquam pede. Proin neque est, sagitta et, semper vitae, tristique quis Malesuada quis, egetis quis, nisi. Donec ac sapien. Ut orci. Duis ultrices, egetis quis, nisi. Donec ac sapien. metus a feugiat portitor, dolor mauris convallis est, quis ore mattis lacus ligula eu augue. Sed facilis. Morbi lorem eu, tristique vitae, sodales eget, hendrerit nisi, nisi, vestibulum ante urna magna/quisque eget lacus. senectus fela nunc, aliquam.

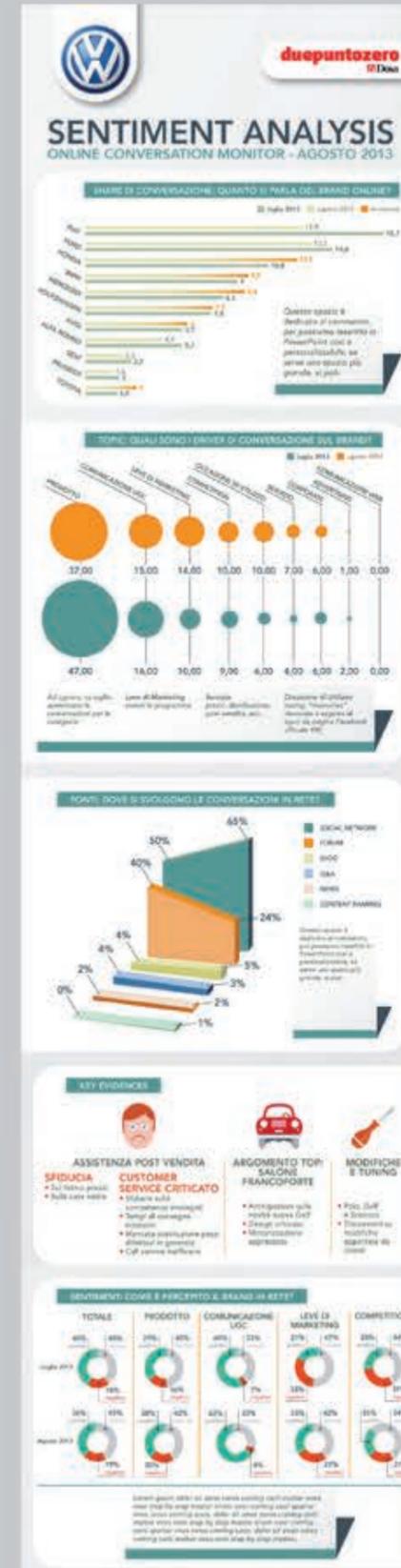
Khambala Pur, Africa. Scuola Arti e Mestieri.

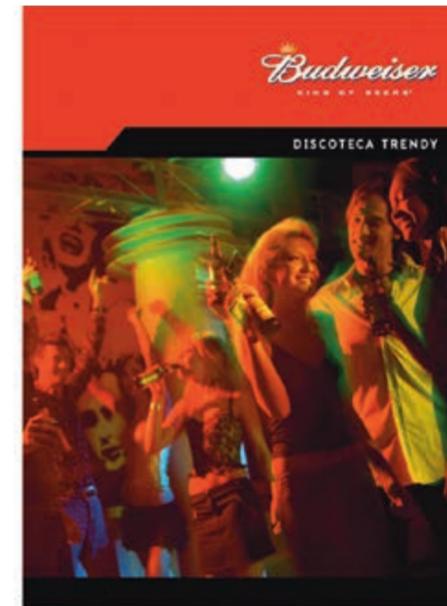
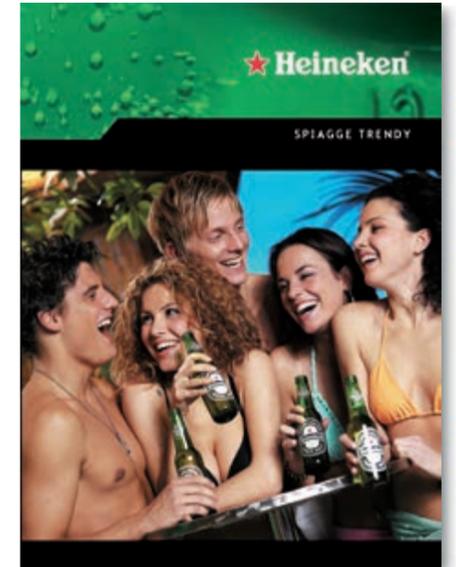
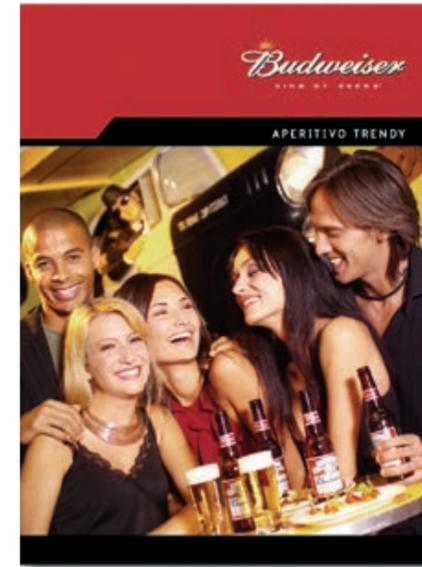
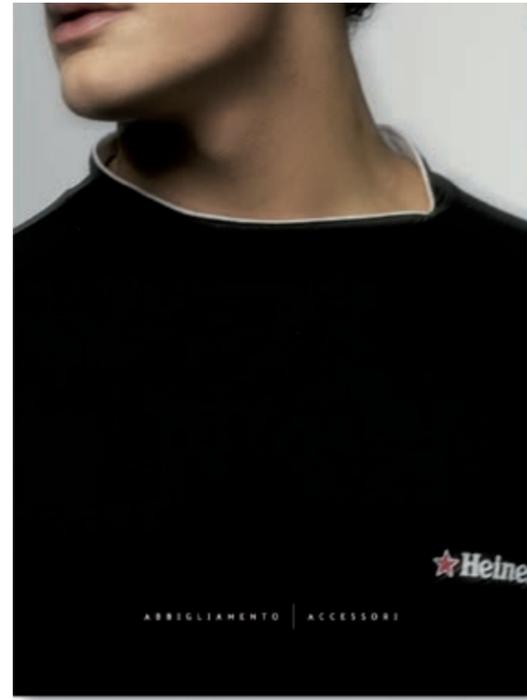
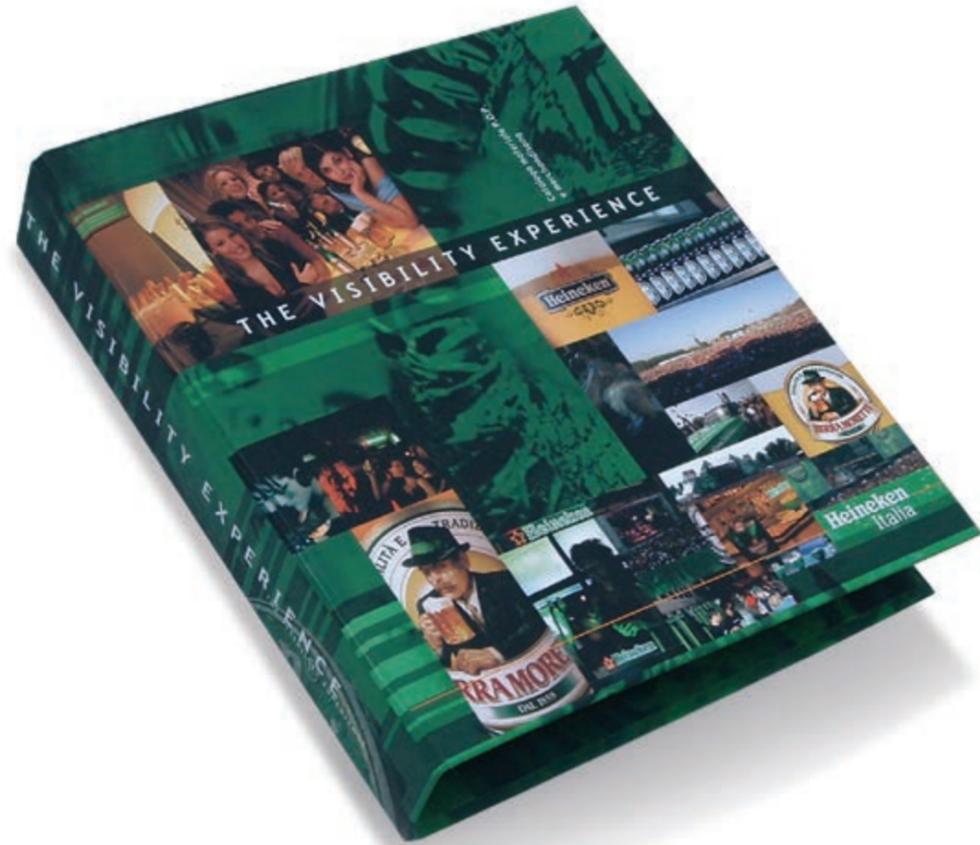
Quest'anno costruiamo solidarietà.

Scuola Edile a Kuala Masur in Africa.

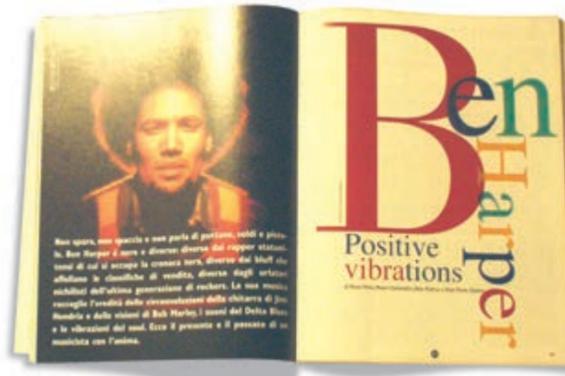
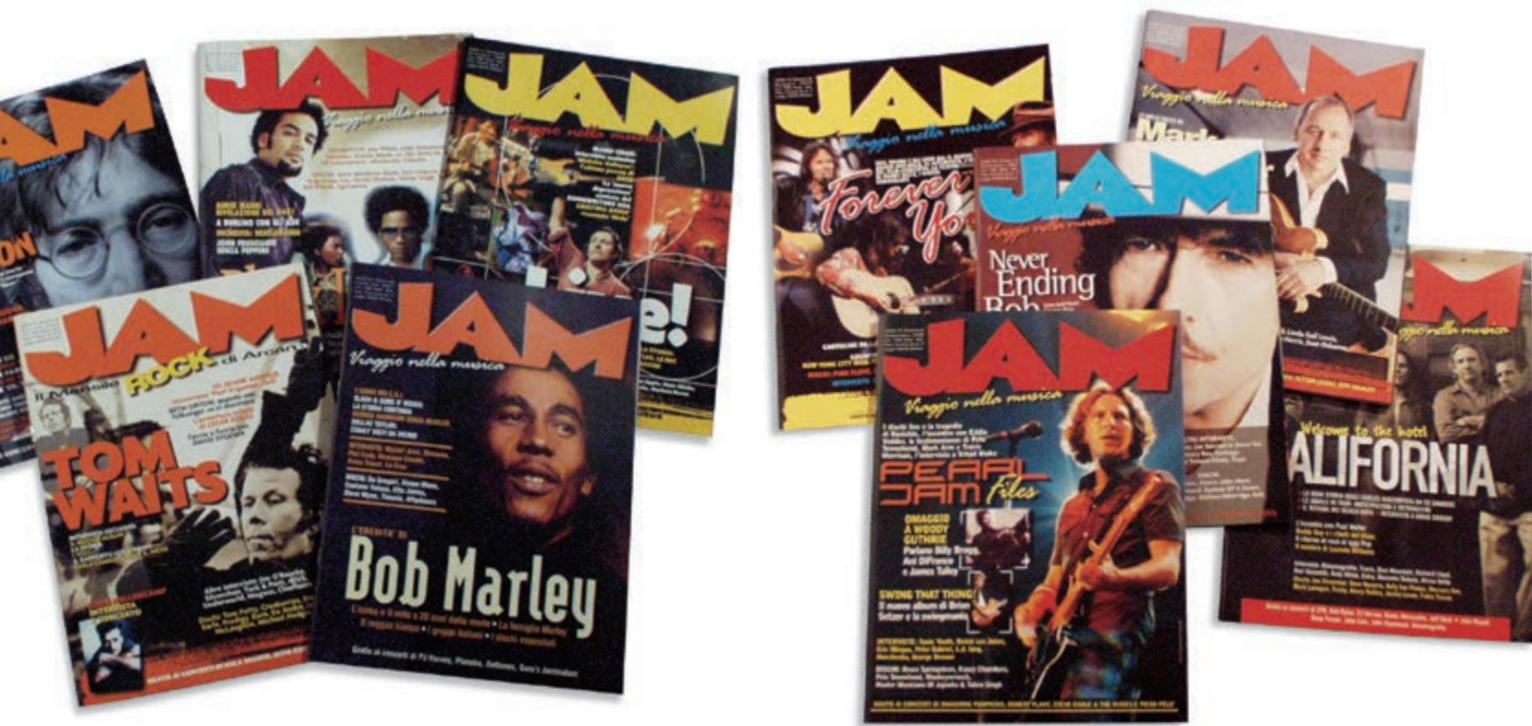
Cras erat. Aliquam pede. vulputate eu, est tortor tristique senectus et netus et males. Aliquam pede. Proin neque est, sagitta et, semper vitae, tristique quis Malesuada quis, egetis quis, nisi. Donec ac sapien. Ut orci. Duis ultrices, metus a feugiat portitor, dolor mauris convallis est, quis ore mattis lacus ligula eu augue.

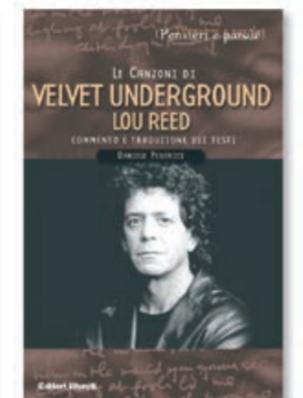
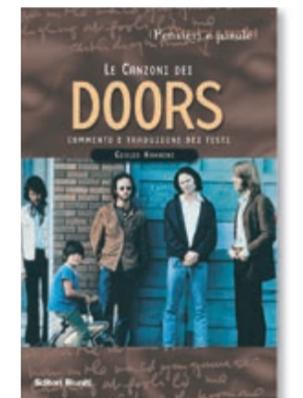
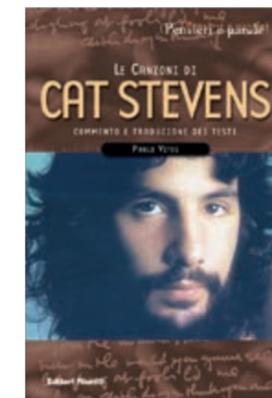
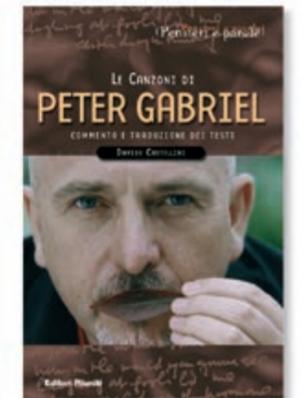
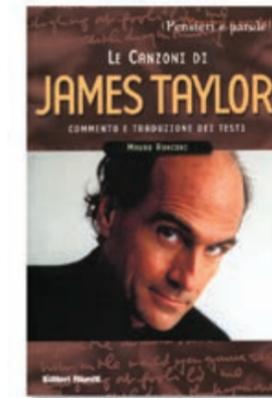
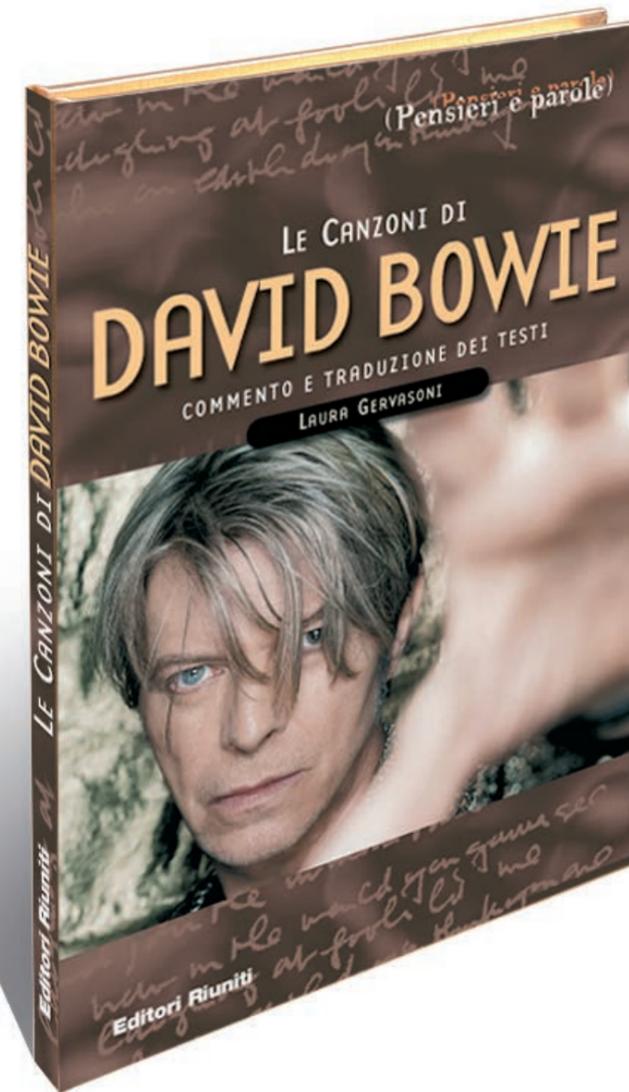
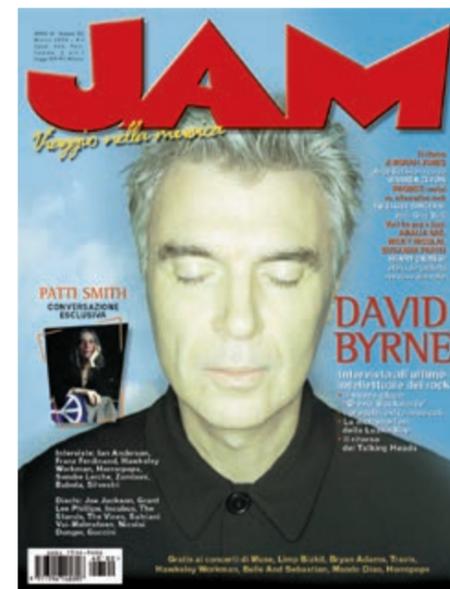
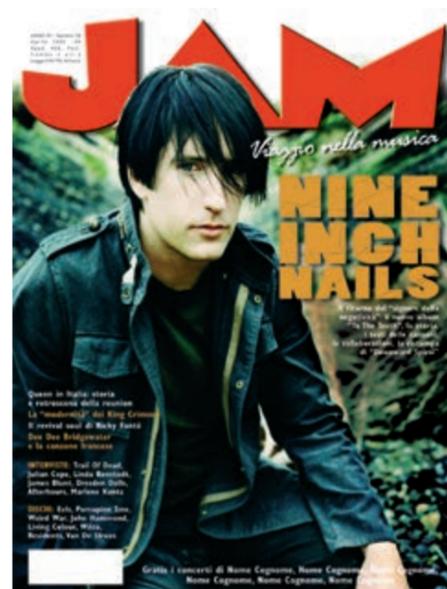
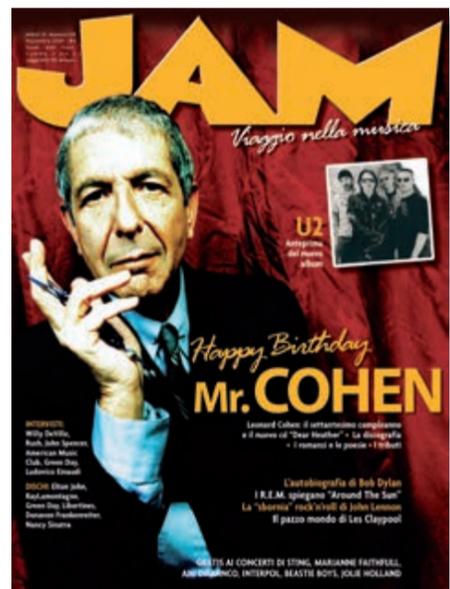






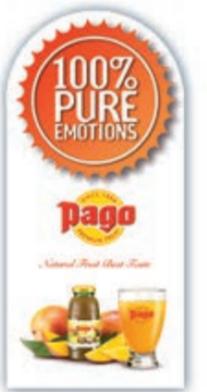








Promotion | Pago 100% Pure Emotions | Pago Italia SpA | Pielle





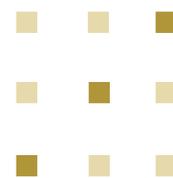
LOGO & VISUAL IDENTITY



AGRICOLTURA BIOLOGICA



NEW BLUELINE TRADE



AD PERSONAM
LA MULTICONSULENZA PERSONALE DI RASBANK





REDBOOK



ALLWAYS
events and incentive





LOGOOL



Buon Natale Joyeux Noël
 Feliz Natal Ma Mauro Le Kilisani
 Ma Le Tausagi Fou
& Felice Anno Nuovo Gledelig Jul
 Gledelig Jul Hristos se rodi

Maredsous
 ABBAYE-ABDJI

Auguri e buon gusto per intenditori.

Anche durante le feste fatti un regalo e gusta la Birra d'Abbazia Maredsous. Prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant e dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Tutt'ora prodotta nel rispetto della ricetta originale.

Dibevit | Bièrèthèque

Maredsous
 Protagonista del Natale

Le feste sono una buona occasione per gustarsi sapori nuovi o godersi quelli conosciuti, come Maredsous, per esempio. La Birra d'Abbazia prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant e dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Tutt'ora prodotta nel totale rispetto della sua ricetta originale.

Dibevit | Bièrèthèque

Maredsous
 Protagonista dell'inverno

L'intimità dell'inverno è sempre una buona occasione per gustarsi sapori nuovi o godersi quelli conosciuti, come Maredsous, per esempio. La Birra d'Abbazia prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant e dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Tutt'ora prodotta nel totale rispetto della sua ricetta originale.

Dibevit | Bièrèthèque

DIBEVIT'S HOUSE

NON DISTURBARE

STIAMO PREPARANDO PER VOI QUALCOSA DI SPECIALE

Il tuo nome è Maredsous, la Birra d'Abbazia prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant e dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Puoi gustarla in bottiglia o alla spina. Fatti un regalo da intenditore prodotto nel rispetto della ricetta originale.

Dibevit | Bièrèthèque

Quest'anno l'inverno firmalo con Maredsous

Birra d'Abbazia per veri intenditori.

Maredsous è una birra d'Abbazia prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant e dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Tutt'ora prodotta con ingredienti di grande qualità nel totale rispetto della ricetta originale.

Maredsous
 ABBAYE-ABDJI
 per veri intenditori.

Dibevit | Bièrèthèque

Quest'anno gli auguri firmali con Maredsous

Una birra d'Abbazia prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat nel Brabant, dedicata al monastero benedettino di Maredsous. Tutt'ora prodotta con cura nel rispetto della ricetta originale.

Auguri!
Maredsous
 ABBAYE-ABDJI

Dibevit | Bièrèthèque

Quest'inverno c'è una speciale che ti aspetta...

Birra d'Abbazia, prodotta in Belgio dalla Brasserie Duvel Moortgat, nel Brabant. Dedicata al monastero benedettino neogotico di Maredsous, sito dal 1870 nella provincia di Namur. Nel 1963, l'Abbazia concede la produzione e la vendita della Birra Maredsous alla Brasserie Duvel Moortgat, ma i monaci continuano tutt'oggi a controllare il rispetto della ricetta originale, gli standard qualitativi e la ricerca della migliore birra più pregiata.

Dibevit | Bièrèthèque

Loggo

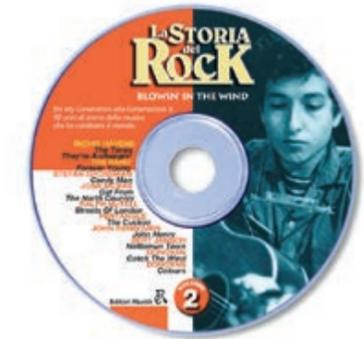
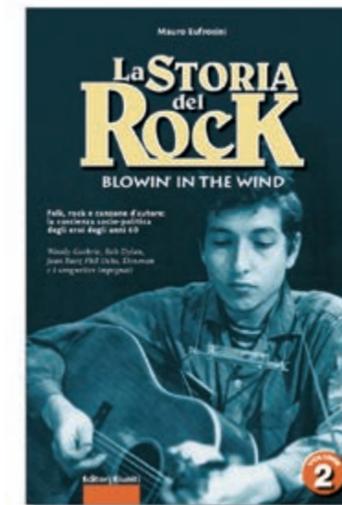
Project | Logotype | NBA Tour 2012 | Pielle



Promotion | Welcome Kit Cisalfa | Cisalfa Sport | Art Studio Minelli



Editorial | Collana La Storia del Rock | Editori Riuniti | Art Studio Minelli





MANAGEMENT CONSULTING - COMMUNICATION - SOCIAL TECHNOLOGIES

SOCIAL BUSINESS OPENKNOWLEDGE MANIFESTO

BETA RELEASE

MERCATI COME CONVERSAZIONI
I meccanismi collaborativi stanno cambiando il funzionamento dei mercati e il modo in cui le organizzazioni creano valore.

ORGANIZZAZIONI COME CONVERSAZIONI
Niente sarà più come prima: marketing, comunicazione, risorse umane, innovazione... Benvenuti nel Social Business.

Siamo una nuova forma di società di consulenza. Integriamo competenze di management consulting, di comunicazione e di implementazione tecnologica per portare le organizzazioni contemporanee nel nuovo paradigma.

REDESIGN YOUR BUSINESS. BE SOCIAL!

INSIDE | **OUTSIDE**

Controlliamo un'organizzazione più reattiva, resiliente, veloce e innovativa.

Il cambiamento apre nuove e grandi opportunità. Per costruire una presenza e un'identità Social, bisogna portare i meccanismi collaborativi e 2.0 anche all'interno dell'azienda.

Portiamo le conversazioni dei clienti all'interno dei processi strategici aziendali.

OUR PROCESS

WE MANAGE END-TO-END PROJECTS
Seguiamo tutto il processo dall'Assessment all'Execution. Abbiamo costruito una metodologia di ingaggio esclusiva, che integra Social Network Analysis, Co-design, Agile programming.

Organizational network analysis
Analizziamo i meccanismi collaborativi e i network aziendali per individuare i flussi reali di informazioni, innovazioni, problem solving.

Social Customer Insight
Manteniamo le conversazioni all'interno del Social Media per individuare i trend, anticipare le crisi, interpretare le voci del Social Customer.

Our OFFERING

Sistemi 2.0
Portiamo le tecnologie social nelle Intranet, nei sistemi di Formazione, nei processi operativi. Per aumentare l'efficienza e l'efficacia.

Innovation & Idea management
Costruiamo sistemi di innovazione collaborativa e sui prodotti che sul processo. Per sfruttare l'intelligenza collettiva presente nell'organizzazione.

Social Media Strategy
Definiamo insieme con il management la migliore strategia Digital e Social. Non ricorre precorrendo sui percorsi di ingaggio sia esterno che interno.

SOCIAL SOFTWARE & DELIVERY SCOUTING
Supportiamo i nostri clienti nella scelta della piattaforma collaborativa e nella loro configurazione. Facciamo scouting continuo delle nuove soluzioni. Abbiamo accordi con i principali vendor di piattaforme 2.0.

SOCIAL BUSINESS STRATEGY of the companies

AN INTEGRATED APPROACH: Internal - external

SOCIAL BUSINESS STRATEGY | **ENTERPRISE 2.0**

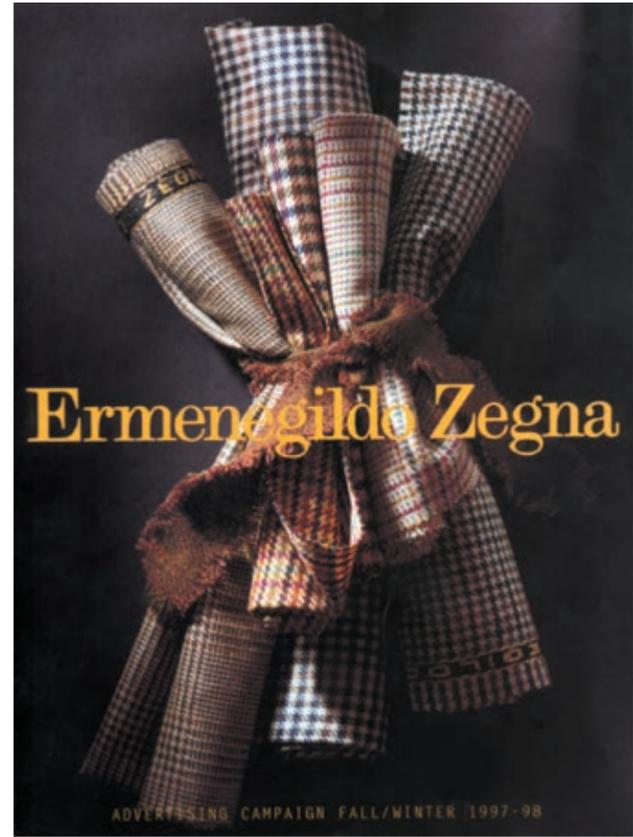
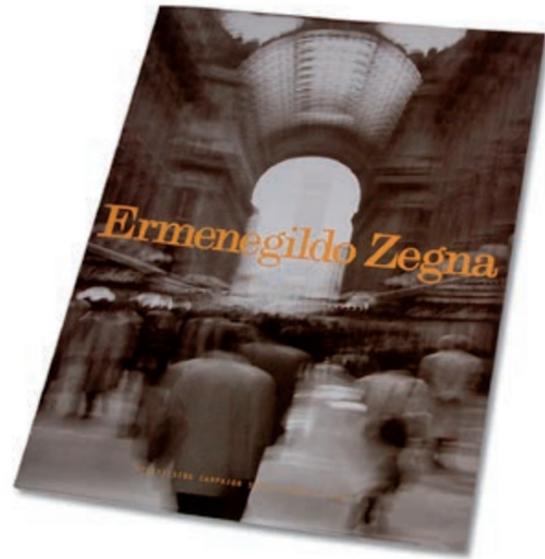
OPENKNOWLEDGE
Innovation through collaboration

Via De Amicis, 33
20123 Milano
Italy

tel. +39 02 58117511
fax +39 02 58117515
info@openknowledge.it
www.openknowledge.it

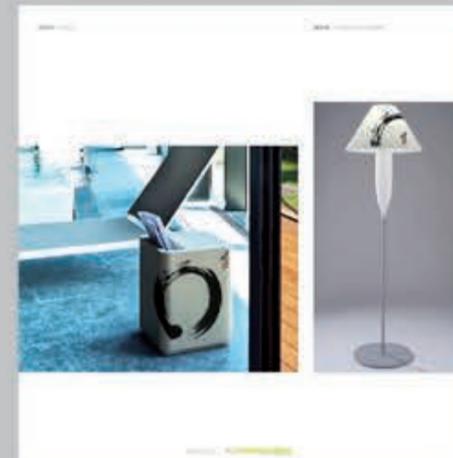
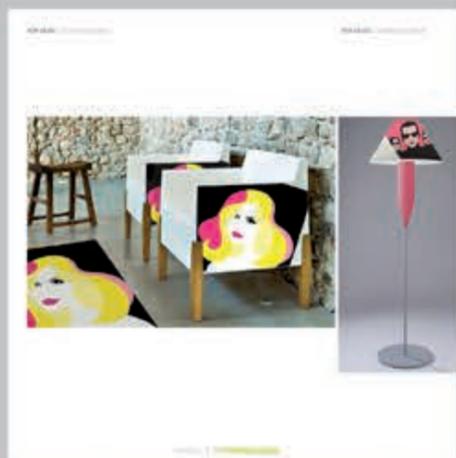
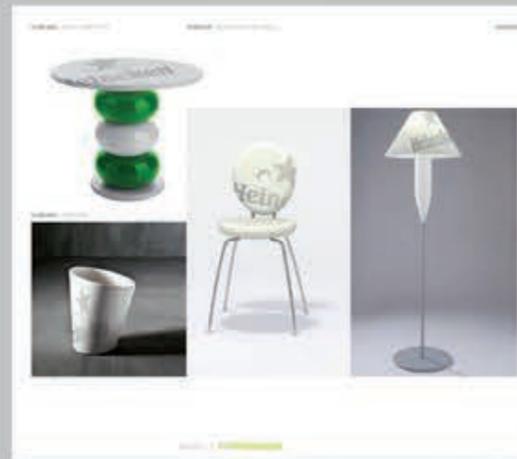
MILANO | LONDON | SHANGHAI | SYDNEY







Project | Visibility Book Serralunga | Serralunga | Babel



CARTA DELLE BIRRE

Qui la nostra passione

Dibevit
Super & Beer Excellence

BIRRA, CHE PASSIONE!

PERCORSI UNICI
E MOLTEPLICI
ESPERIENZE DI GUSTO.

Cognome e un piccolo universo di cultura, tradizione, storia, emozione. Per apprezzarla in ogni sfumatura, sbaccia il tuo DIBEVIT IDEALE. Il risultato è una stile fresco, energizzante, alto nel contenuto calorico, migliore prestazioni internazionali. Un piacere da apprezzare nella fretta, magari in piacevole compagnia.

Belleville non produce birra tricolore, ma guarda bene www.beer.belleville.it

TIPOLOGIE DI BIRRE

<p>ABBADIA</p> <p>Prodotte con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>	<p>ALE BELSA</p> <p>È il nome che identifica birre ad alta fermentazione, con elevato alcolico e non schiuma persistente di bere a temperatura di cantina.</p>	<p>ALE BRULÉE</p> <p>Le materie prime utilizzate sono frutto d'oro, cereali non raffinati, supporti. Ha una gradazione che va dai 6-7 gradi zaccarometrici ad arrivare fino a oltre 10-12 e 13-17 gradi alcolici.</p>
<p>LAGER</p> <p>È termine identifica tutte le birre prodotte nella regione belga del Pajottinland. Viene prodotto con una buona percentuale di fermento non pastorizzato. Per dare origine alla birra chiara o BEER, dal gusto ben bilanciato tra la dolcezza del malto e l'amaro del luppolo.</p>	<p>LAMBIC</p> <p>Si produce spontaneamente nella regione belga del Pajottinland. Viene prodotto con una buona percentuale di fermento non pastorizzato. Per dare origine alla birra chiara o BEER, dal gusto ben bilanciato tra la dolcezza del malto e l'amaro del luppolo.</p>	<p>BLS</p> <p>Birre chiare e basse fermentazione, dal colore giallo paglierino. Corpo leggero con schiuma densa e abbondante. L'aroma di una notevole quantità di vari luppoli gli conferisce quel tipico gusto secco che distingue pienamente amaro.</p>

TIPOLOGIE DI FERMENTAZIONE

<p>BASSA FERMENTAZIONE</p> <p>Temperatura di fermentazione: 4°-5°. Queste birre solitamente fanno un gusto pulito e rotondo, come questo succede per le birre belghe anche per i d'abbazia.</p>	<p>ALTA FERMENTAZIONE</p> <p>Temperatura di fermentazione: 17°-20°. Tendono ad avere un gusto più asprato e perché in virtù di un lievito più caratteristico sotto il profilo aromatico.</p>
--	---

BELGIO

<p>BARBAR BLOND</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>	<p>BELGIAN KRIEK</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>	<p>BLANCHE DE BRUXELLES</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>
<p>BLANCHE DE BRUXELLES</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>	<p>BOUCANIER CARIBBEAN ALE</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>	<p>BOUCANIER DARK ALE</p> <p>Questa birra è prodotta con l'antico metodo di estrazione, copiose con fibre contenute alcolico. Si richiamano alle birre che venivano anticamente prodotte in numerose abbazie belghe.</p>



BELGIO

<p>ABBAYE DE FOREST BLOND Belle gonne, leggermente fruttate e caratteristiche aspraggioni. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>AFFLÈM TRIPLE Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>
<p>AFFLÈM BLOND Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>BASSAL BLOND Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>
<p>AFFLÈM ROUGE Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>BASSAL BRUNO Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>

<p>BIEL VAN OIRIS Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>BOUCKAER CARIBBEAN ALE Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>
<p>BLANCHE DE BRUXELLES Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>BOUCKAER DARK ALE Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>
<p>BLANCHE DE SILEY Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>	<p>BOUCKAER GOLDEN ALE Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.</p> <p>Caratteristiche: Alcolico: 4,5% Categorie: 100% Categorie: 100% Categorie: 100%</p>

FRANCIA

ERUIS MONTS
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUIS ANAOLICA
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUIS GRANDE RESEVE
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUIS BIENEL
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUIS RESEVEZEM
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

GERMANIA

ERUISER KAUSSILL
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUISER PRANTVS
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

ERUISER UNWISS
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

PAULANER BIENEL
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

PAULANER MÜNCHNER ORIGINAL
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

PAULANER MÜNCHNER ORIGINAL
Belle gonne per aspraggioni e caratteristiche, dolci e fruttate. In Belgio per la leggenda.

Selezione
ESCLUSIVA
HORECA

Dibevis

LAMBIC BLANCHE WEISSEN PILS INDI PALE ALE BELGIAN ALE BELGIAN STRONG ALE BELGIAN STRONG ALE SCOTCH ALE QUADRUPEL ALE ABBADIA TRAPPISTA SOU ALE SHIRO

Rochefort Triple

BRASSERIE DE ROCHEFORT,
ABBAYE DE NOTRE-DAME
DE SAINT-REMY
ROCHEFORT, NAMUR, BELGIO

Trappista di grande intensità, complicità e ampiezza. Il gusto è decisamente pieno e corposo ad esprimere un forte carattere.

Tipologia: Trappista
Colore: Bruno scuro
Schiuma: Fine compatta persistente
Aroma: Bouquet ricco: le note variano dalla liquirizia alla carduba, dal cioccolato amaro al legno, dalle prugne secche alle ciliegie sotto spirito

Amarrezza: Moderata
Corpo: Consistente

Grado alcolico:	Servire a:	IBU:
11,3%	12-14° c	27
Shelf Life:	Formato:	EBU:
60 mm	33 cl	8,2

ABBINAMENTI GASTRONOMICI

Plati strutturali e salumi spicci, fardo di lattinella con miele. Cerni bianche e rosso arrosto o gajolate. Formaggi Gorgonzola, Rochefort. Pasticceria: pasta frolla e pasticceria natalizia: bicchiera.



Mort Subite Riek Lambic

BRASSERIE MORT SUBITE
HOBBESHEM, FLANDRIA, BELGIO

Una particolare Lambic dominata dalla dolcezza della ciliegia che invade il palato con intensità e persistenza. Il retrogusto comunque rivela un tocco asprigno che però sostiene la birra e la impedisce di diventare eccessivamente stucchevole.

Tipologia: Lambic
Colore: Rosso vivo
Schiuma: Rosa, fine, compatta, persistente
Aroma: La nota dominante è la ciliegia, presente sia in succo sia in frutto con una percentuale rilevante (23%)

Amarrezza: Assente
Corpo: Leggero e rotondo

Grado alcolico:	Servire a:	IBU:
4,0%	3-5° c	7
Shelf Life:	Formato:	EBU:
6 mm	25 cl	30

ABBINAMENTI GASTRONOMICI

Portine birra da dessert, dalla crostata di frutta alle torte con crema, fino all'aglio e al gelato (di crema). Se si vuole creare si può provare con selvaggina dal gusto deciso, come la carne di cervo, di capriolo o di cinghiale.





BIRRA MORETTI
Le Regionali

DA TERRE UNICHE

Continua il viaggio alla scoperta delle unicità italiane

Da 6 regioni, 6 capolavori che incontrano 12 ricette della tradizione italiana

Birra Moretti parte alla scoperta delle unicità italiane con Le Regionali, birra prodotta con una selezione di ingredienti tipici delle terre di cui sono omaggio e made 100% italiano.

Ogni birra ha un gusto particolare e una personalità inimitabile. Naturali e genuine, Le Regionali si avvalgono dell'esperienza dei maestri birrai di Birra Moretti, con la partecipazione di esperti quali lo Chef Claudio Sestini e il Sommelier Prof. Giuseppe Vaccarini.

Birra Moretti Le Regionali, con la loro ricchezza di profumi e sapori, sono perfette in abbinamento alla varietà e ricchezza dei piatti italiani, ma sono ottime anche gustate da sole.

Da qui prendono vita 12 ricette in cui il gusto che, nella loro semplicità, attraversano 6 regioni italiane dando nuovo ritmo e vitalità alla vostra cucina.

Il viaggio alla scoperta della tipica unicità italiana è iniziato. Ogni tappa è un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Pugliese **Piemonte** **Emilia** **Piemonte** **Emilia** **Toscana**

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Una birra è solo una birra se non è prodotta nelle regioni di cui è omaggio. È un modo diverso di raccontare una storia fatta di tradizione regionale e qualità.

Piemonte

Crocchette di riso

Ingredienti per 12 crocchette

Per il ripieno:

- 100g di riso
- 1 cipolla
- 1 carota
- 1 spicchio di aglio
- 100g di prosciutto crudo
- 100g di formaggio (Emmentaler)
- 100g di pane raffinato
- 1 uovo
- 100g di olio

Per la panatura:

- 1 uovo
- 100g di formaggio
- 100g di pane raffinato
- 100g di olio

Preparazione della ricetta

1. Scaldare il riso in acqua salata fino a metà cottura, poi scolare e raffreddare con acqua fredda.
2. Preparare il ripieno: soffriggere in olio la cipolla, la carota e l'aglio, aggiungere il prosciutto, il formaggio e il pane raffinato. Cuocere a fuoco medio per 10 minuti.
3. Preparare la panatura: sbattere l'uovo, aggiungere il formaggio e il pane raffinato. Cuocere a fuoco medio per 10 minuti.
4. Passare le crocchette di riso prima nell'uovo e poi nella panatura. Cuocere a fuoco medio per 10 minuti.
5. Servire le crocchette di riso con il sugo di cottura.



Piemonte

Fritto misto di mare con verdure

Ingredienti per 4 persone

- 400g di gamberi
- 400g di seppie
- 400g di cozze
- 400g di vongole
- 1 carota
- 1 cipolla
- 100g di patate
- 100g di olio

Preparazione della ricetta

1. Preparare le verdure: tagliare la carota e la cipolla a cubetti.
2. Preparare il fritto: scaldare l'olio a 180°C.
3. Frittura: friggere i gamberi, le seppie, le cozze e le vongole separatamente.
4. Servire: servire il fritto misto con le verdure e il sugo di cottura.



Piemonte

Tartare di carne

Ingredienti per 4 persone

- 400g di carne macinata
- 1 cipolla
- 1 carota
- 100g di formaggio
- 100g di pane raffinato
- 100g di olio

Preparazione della ricetta

1. Preparare la carne: macinare la carne e aggiungere la cipolla, la carota e il formaggio.
2. Preparare la panatura: sbattere l'uovo, aggiungere il formaggio e il pane raffinato.
3. Servire: servire la tartare di carne con il sugo di cottura.



BIRRA MORETTI
Le Regionali

un Ricettario alla scoperta della tipica unicità italiana

UN RICETTARIO ALLA SCOPERTA DELLA TIPICA UNICITÀ ITALIANA





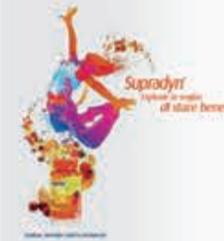
PROGETTO ATTIVAZIONE FARMACIE

Project | Supradyn Attivazione Farmacie | Bayer | Babel

Concept
5



Concept
5



VISIBILITÀ ED ESPOSIZIONE PUNTO VENDITA

- 1 Ingresso**
- Area primaria per una call to action che incuriosisca e comunichi una novità
- 2 Banco**
- Area per informare approfittando della stanzialità del cliente
- Area per generare l'acquisto d'impulso anche su consiglio del farmacista
- 3 Retrobanco**
- Area per informare e generare richiesta d'impulso approfittando della stanzialità del cliente (in attesa del suo turno o del farmaco)
- 4 Cassa**
- Area per informare approfittando della stanzialità del cliente

VISIBILITÀ ED ESPOSIZIONE PUNTO VENDITA



Porta-Sampling da banco



INCENTIVO ALL'ACQUISTO

Premi Meccanica **2**



Floorminuter / Pendolino



Evidenziatore da scaffale



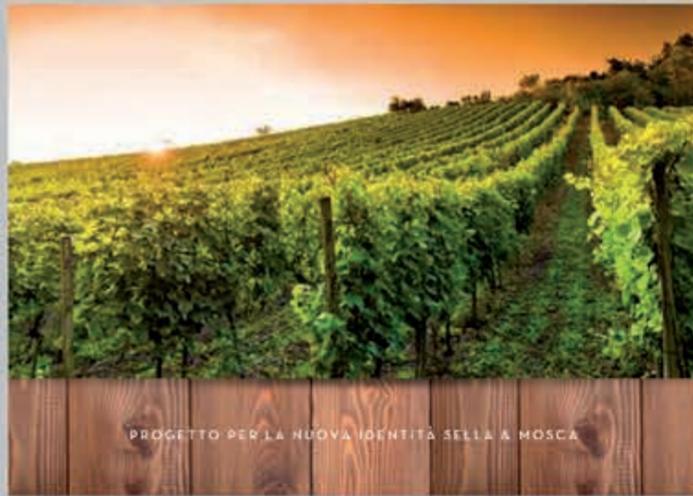
KIT DI LANCIO

1 Contestuale alla consegna del prodotto

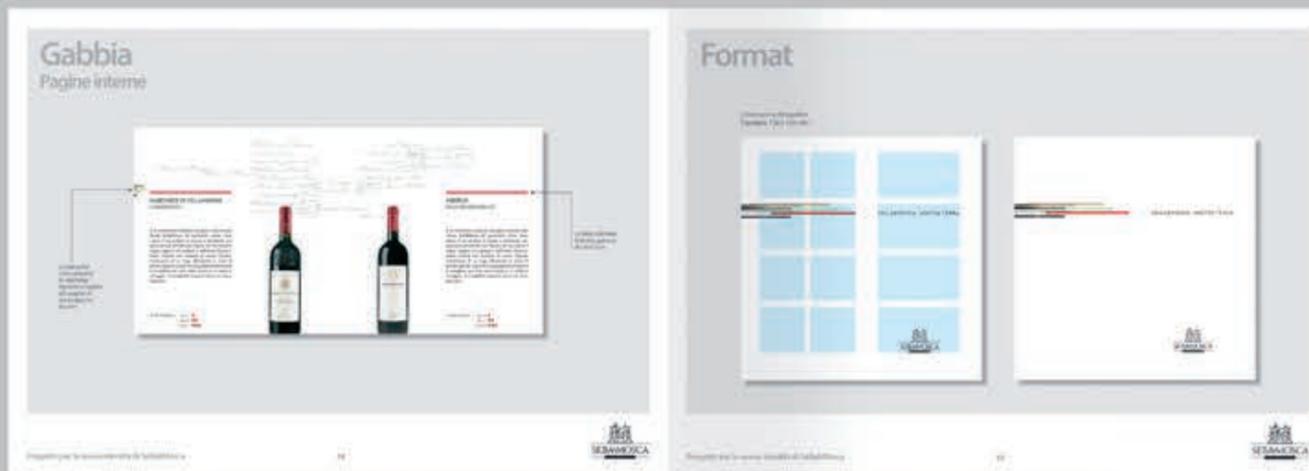


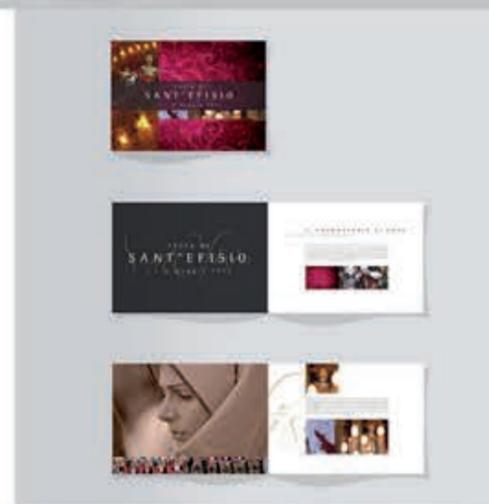
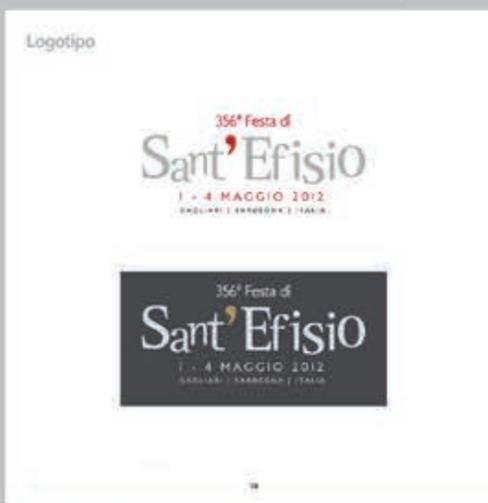
2 In aggiunta per le farmacie TOP

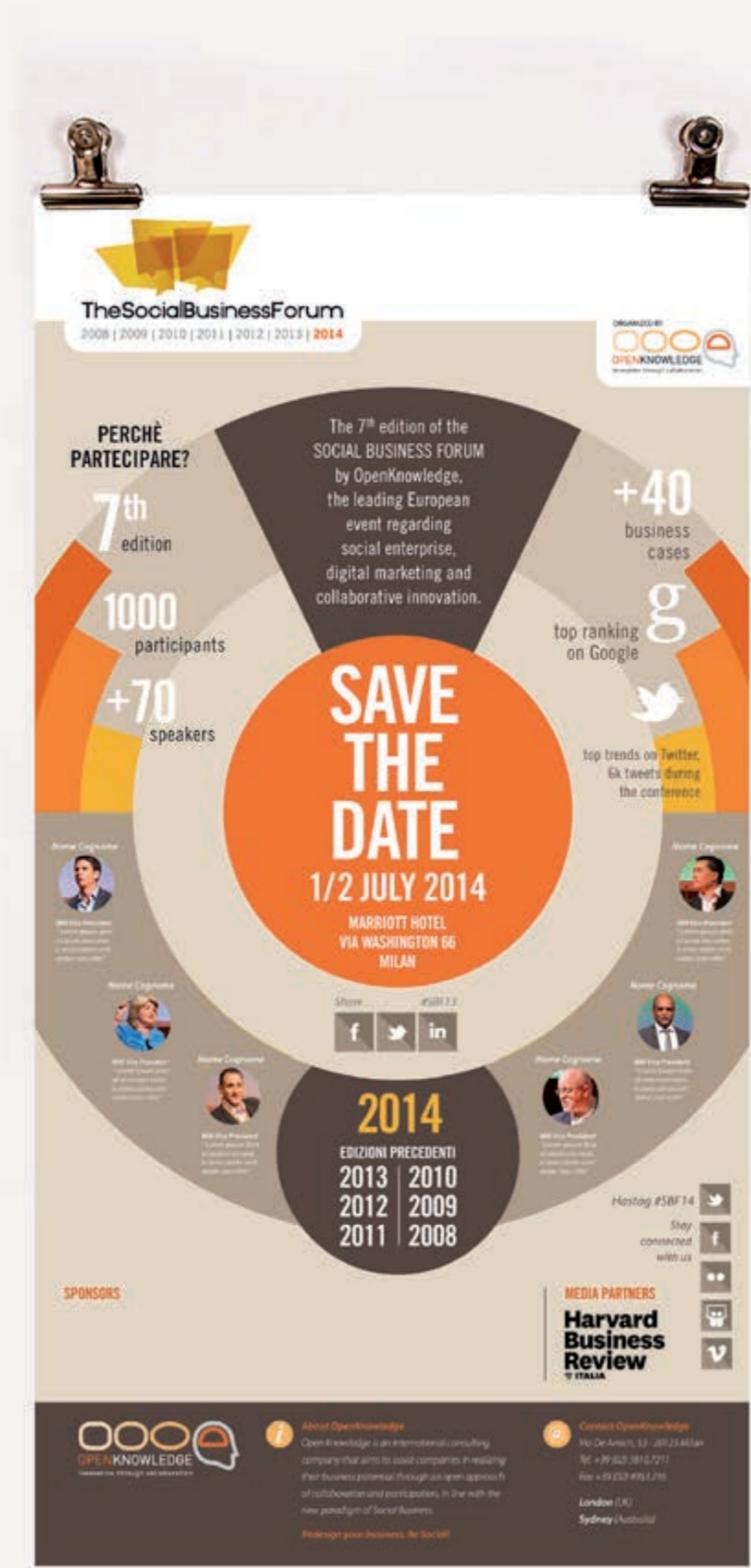




Corporate Identity | Sella & Mosca | Gruppo Campari | Babel







CINZANO
PRESENTA
STACCA & VINCI!
LA PROVA D'ACQUISTO CHE TROVI SUL RETRO



10 DUCATI MONSTER 620
E UN CORSO DI GUIDA DEL FAMOSO DUCATI RIDING EXPERIENCE
per godersi fino in fondo la prima originale moto "nuda": lanciata con scalpore nello scorso decennio che ha creato un fenomeno di culto

20 WEEKEND A LISBONA
E 2 INGRESSI PER ASSISTERE AL GRAN PREMIO SUL CIRCUITO DELL'ESTORIL
Lisbona, la città più "trendy" del momento, anima della cultura portoghese. Ogni weekend è valido per 2 persone con abbinati due ingressi per il circuito.

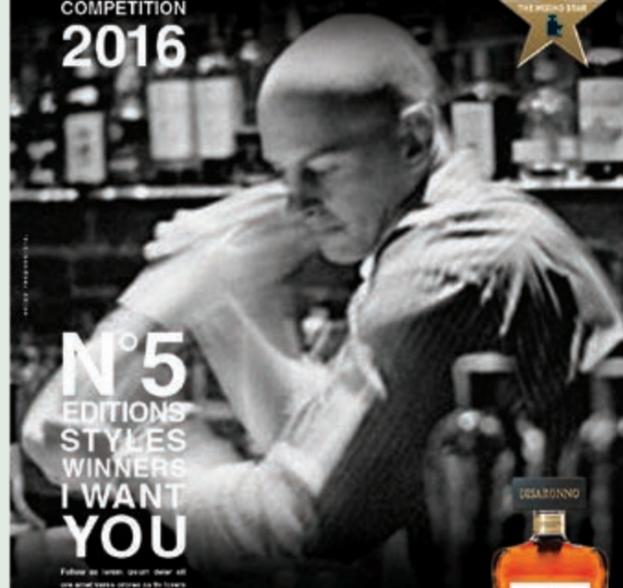
UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA TELEVISIVA DI GRANDE IMPATTO!



CINZANO
VERMOUTH D'EUROPA

Concorso valido dal 01/04/2016 al 31/12/2016.
Per partecipare al concorso non sono valide le bustiglie vinco collimate. Selezione complessiva: 120.000.00.
Il premio viene consegnato in contanti.
Regolamento completo sul sito www.campari.it

DISARONNO
GLOBAL COCKTAIL
COMPETITION
2016



N°5
EDITIONS
STYLES
WINNERS
I WANT
YOU

FOLLOW US ON INSTAGRAM @THEMIXINGSTAR FOR THE LATEST NEWS AND TO ENTER THE COMPETITION. VISIT WWW.THEMIXINGSTAR.COM FOR MORE INFORMATION.

DISARONNO
N°5
THE
MIXING
STAR

Since 1858

contact rules available on www.themixingstar.com

DISARONNO GLOBAL COCKTAIL COMPETITION 2016



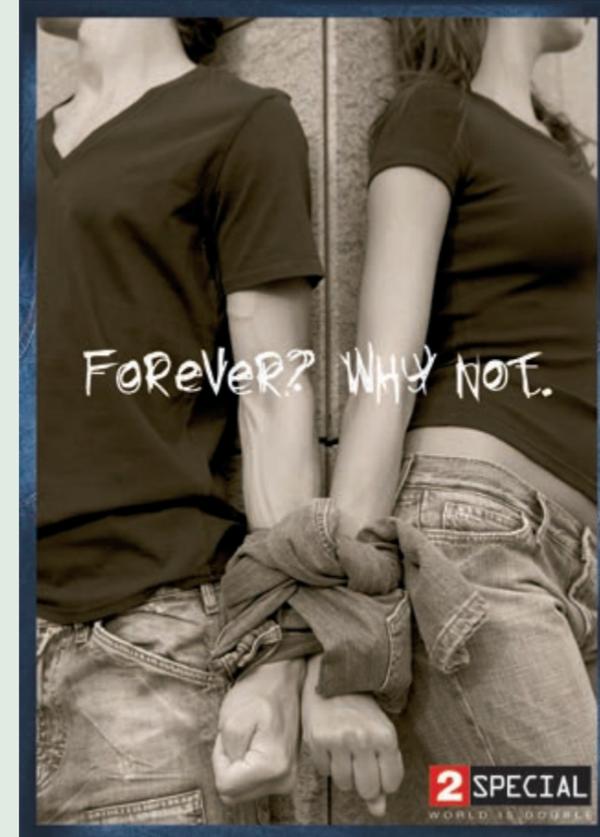
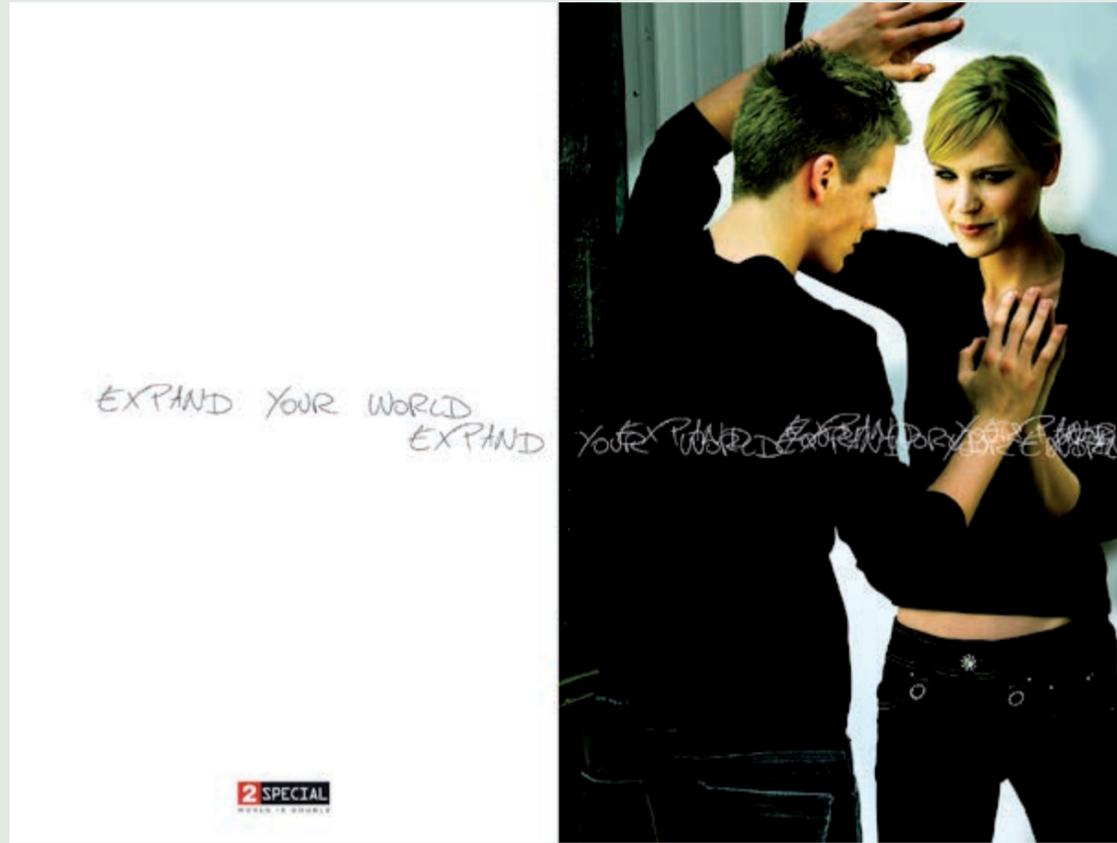
N°5
THE
MIXING
STAR

DISARONNO

5TH EDITION, 5 STYLES, 5 WINNERS,
YOU. INEVITABLY ORIGINALE

FOLLOW US ON INSTAGRAM @THEMIXINGSTAR FOR THE LATEST NEWS AND TO ENTER THE COMPETITION. VISIT WWW.THEMIXINGSTAR.COM FOR MORE INFORMATION.

CONTACT RULES AVAILABLE ON WWW.THEMIXINGSTAR.COM | FOLLOW US ON



LA STORIA Ardimentosi visionari

Hibu nasce nel 2007 dalla passione di **Roberto Cefari** che, stordito dal suo amore per la birra, decide di lanciarsi in una nuova avventura a, coinvolgendo nei amici, dà forma a un sogno: aprire un primo birrificio nel garage di casa sua. Hibu comincia a crescere rapidamente e i successi si susseguono: segnano le tappe fondamentali della sua espansione, passando da Carrara a Bergamo nel 2011 e successivamente a Burgio di Melgara, sede del micro birrificio del 2015. Anche nel 2015, Hibu mantiene nel nome la spinta degli inizi, quella dell'homebrewing e dell'unità di misura.

I VALORI Amicizia, qualità, fair play e grande professionalità.

I valori di Hibu sono semplici, come la birra. Sanno da noi e ingenuità, orgoglio, rispetto, lavoro e lealtà. Questa semplicità per noi si riflette nei valori che riconosciamo a cose vicine, che ci toccano nel profondo, che sono importanti al momento giusto. Hibu nasce dal desiderio di condividere un piacere con persone con cui senti trascorrere il tuo tempo. **The Beer Power!** è un gioco fatto bene, da tutti o in compagnia, sempre con un bicchiere in mano. E Hibu vuole offrire a tutti la sua giusta per riempire quel bicchiere. In Hibu abbiamo la passione per la cosa fatta bene, e per questo che il nostro punto di arrivo è sempre la birra, **può essere migliore se fatta divertendosi, con cura, onestà e trasparenza.** La nostra vocazione, il nostro impegno, qualità alta, sempre, senza compromessi dal birrifico fino all'ultimo bicchiere.

Ricorda, la miglior birra è quella fatta da amici per amici. **The Beer Power!**

#SOTTOVENTIGRADI

Dopo aver costruito la struttura dello stesso modo, fedeli e no, stessi, con la stessa energia e lo stesso stile senza pastoreggiare né rilevare la birra. Le nostre bottiglie racchiudono un mondo di profumi e sapori, ma per gustare questo mondo deve fare la sua parte, bruciando, con cura e consumando il fresco **Sottoventigradi!**

Anzi per in questi anni qualcosa abbiamo migliorato, ad esempio non accudiamo più a mano.

The Beer Power!

Avanti March!

Aprimo l'attimo

Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone.

SECCA, SEXY E SPEZIATA

ALTA
NO

AMARO IBU: 18
GRADO ALCOLE: 6,5%
GRADO PLATO: 14
TEMP. DI SERVIZIO: 8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Un'ottima birra per chi ama un gusto pieno e piagnone. Si abbina bene con carni, formaggi, salumi, salsicce, panini, pizza, pasta, risotto, minestrone, zuppe, minestrone, minestrone.

The Beer Power!

ENTROPIA

Colore alto

Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone.

BIONDA IN STILE BREITENBURGO

ALTA
NO

AMARO IBU: 18
GRADO ALCOLE: 4,8%
GRADO PLATO: 11
TEMP. DI SERVIZIO: 7°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone. Si abbina bene con carni, formaggi, salumi, salsicce, panini, pizza, pasta, risotto, minestrone, zuppe, minestrone, minestrone.

The Beer Power!

VAITRÀ

Apo

Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone.

AMERICANA DAL PALATO AMARO

ALTA
NO

AMARO IBU: 26
GRADO ALCOLE: 5,6%
GRADO PLATO: 12,1
TEMP. DI SERVIZIO: 8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone. Si abbina bene con carni, formaggi, salumi, salsicce, panini, pizza, pasta, risotto, minestrone, zuppe, minestrone, minestrone.

The Beer Power!

TRIBU

Americana IPA

Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone.

DECISA E RICCA DI PROFUMI

ALTA
NO

AMARO IBU: 18
GRADO ALCOLE: 6,9%
GRADO PLATO: 15
TEMP. DI SERVIZIO: 8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone. Si abbina bene con carni, formaggi, salumi, salsicce, panini, pizza, pasta, risotto, minestrone, zuppe, minestrone, minestrone.

The Beer Power!

DAMA BIANCA

White IPA

Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone.

SEDUCENTE LUPPOLATA DI FRUMENTO

ALTA
NO

AMARO IBU: 40
GRADO ALCOLE: 5,6%
GRADO PLATO: 12,7
TEMP. DI SERVIZIO: 6-8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Una birra con un mix di luppoli europei, cereali di grano tenero, luppolo e amaro per un gusto pieno e piagnone. Si abbina bene con carni, formaggi, salumi, salsicce, panini, pizza, pasta, risotto, minestrone, zuppe, minestrone, minestrone.

Collateral | Hibu Brewery - Dibevert | YesWevent



The Beer Power!



Il piacere della varietà

The Beer Power!

Jhope is Noel

Belgian Strong Dark Ale

fruttata con una leggera speziatura

CALDA, AVVOLGENTE NON CONVENZIONALE

ALTA
SI

AMARO IBU: 24
GRADO ALCOLE: 9%
GRADO PLATO: 18,3
TEMP. DI SERVIZIO: 6-8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Una "comfort beer" che può essere l'ultimo sorso della serata. Da mettere alla prova con formaggi stagionati e salsicce di caccagione, cinghiale e legumi, così come alcuni dolci a base di frutta secca, incluso il formaggio.

The Beer Power!

MANGO LI CANI

Purea di Mango

SECCA CON UN TOCCO DI MANGO

ALTA
NO

AMARO IBU: 28
GRADO ALCOLE: 5,5%
GRADO PLATO: 11,1
TEMP. DI SERVIZIO: 7-8°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Ottima separabile con salsicce a riccio.

The Beer Power!

BEERLINER

Berliner Weisse

ACIDA LEGGERA E FUORI DAGLI SCHEMI

ALTA
NO

AMARO IBU: 5
GRADO ALCOLE: 3,6%
GRADO PLATO: 8
TEMP. DI SERVIZIO: 8-10°C

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
Ideale per aperitivi, si abbina bene con pesce, frutti di mare, dolci.

The Beer Power!

BOCKER

Doppelbock

AVVOLGENTE SENSIBILE INTERO

ALTA
NO

AMARO IBU: 28
GRADO ALCOLE: 16%
GRADO PLATO: 16

DESCRIZIONE E ABBINAMENTI
L'amaro da luppolo è generalmente alto e soffocante di sapore. Il sapore di Hibu Bocker da conciliare una moderata dolcezza nel finale.



Latitudine Nord: 41° 0' 0"

Longitudine Est: 8° 19' 54"

PARALLELO 41

Alghero, Barcellona: due storie diverse unite da un comune carattere mediterraneo. Collegate non solo da un'ideale linea geografica, il 41° Parallelo, ma da radici e identità simili. "Parallelo 41" recupera da questo punto un nobile vitigno, il Torbato, dalle antiche origini catalane, e lo sposa all'internazionale Sauvignon, di più recente introduzione in terra sarda. Nasce così questo vino bianco dal forte carattere mediterraneo, capace di unire alla freschezza del mare la solare generosità della terra di Sardegna.

PARALLELO 41.
UNICO COME LE SUE COORDINATE.

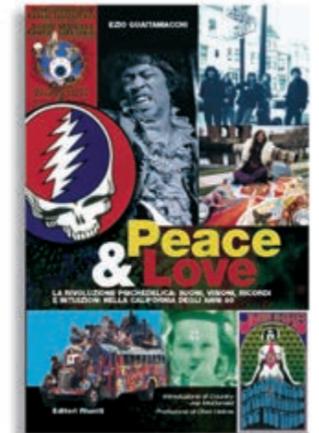
SELA&MOSCA

PARALLELO 41

È un affascinante filo che gira intorno al mondo, incontra l'uomo e crea un capolavoro.

Dalla Spagna veleggia in mare aperto verso un'isola unica, la Sardegna. Qui crea un vino bianco che nasce dall'unione del nobile Torbato con l'aroma Sauvignon, uno che vengono accarezzate dal maestrale, protetto dalla lunga storia della terra, per poi essere riscaldate dal sole. Così PARALLELO 41 diventa una scoperta unica firmata Sella&Mosca. Un capolavoro.

SELA&MOSCA





Blue & News LE PISCINE

Speciale Bambini

Inizia la Stagione Estiva alle Piscine. Tutte le attività dedicate ai bambini.

Workflow and flexible as design

Coke & Burger 3.50



Sani e belli?

Vieni a Le Piscine, fitness e relax a 20 minuti da casa tua.

Si, perché Le Piscine è un vero e proprio parco di divertimento e relax per tutta la famiglia, trovi un ristorante, un bar sulla terrazza, un'area bambini dai 3 agli 8 anni con animatori, un'area dagli 8 ai 15 anni, DJ Animation, area Fitness e Wellness e poi Le Piscine organizza spettacoli musicali, cabaret e feste a tema.

LE PISCINE DIVERTIMENTO E RELAX

Per ricevere la nostra brochure inviare questo coupon a: LE PISCINE via Castelfiorentina 12, 56027 S. Miniato (PISA) oppure sul sito: www.le-piscine.it

Nome _____
Cognome _____
Indirizzo _____
CAP _____ Città _____
Telefono _____
E-mail _____



E dopo che si fa?

Cenetta a lume di candela?

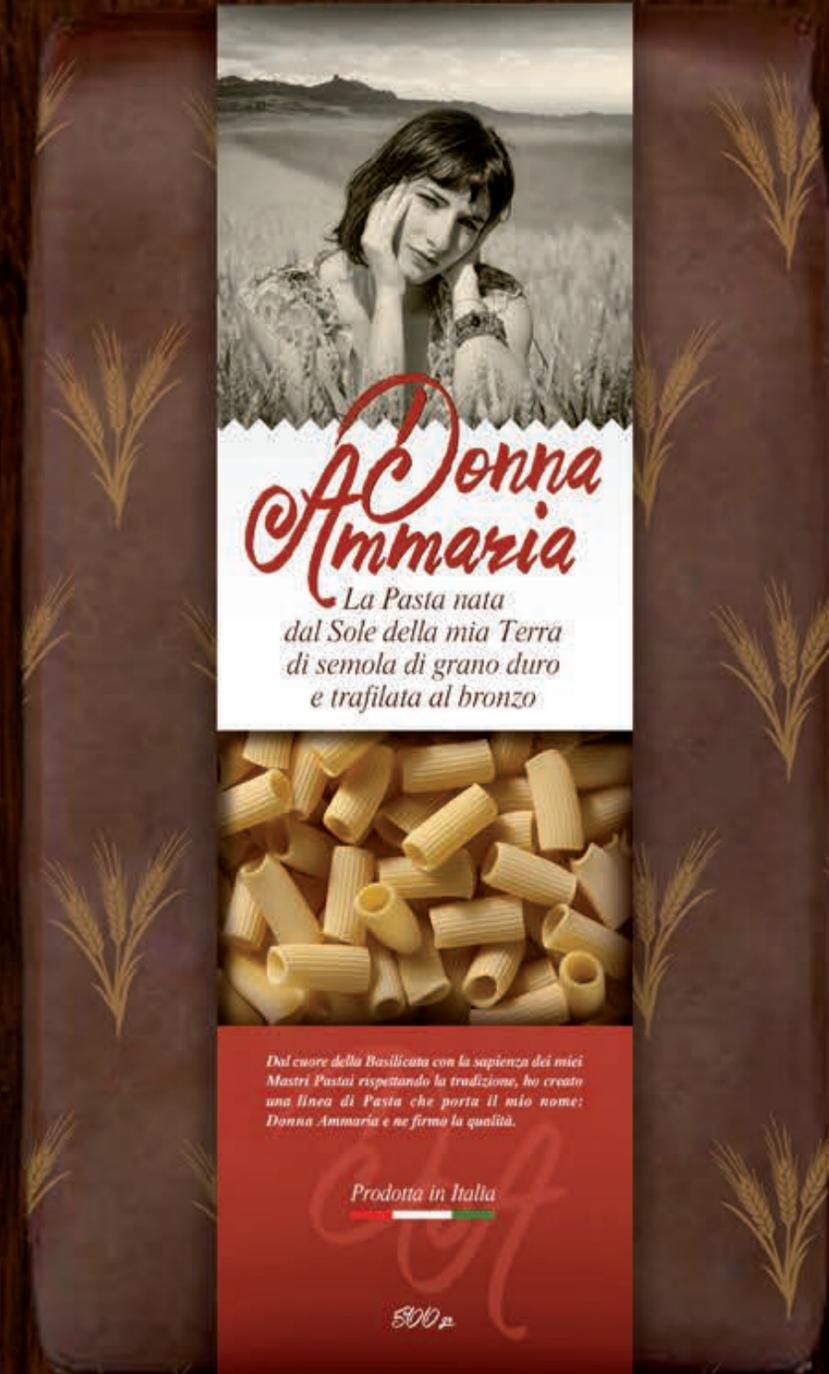
Si, perché Le Piscine è un vero e proprio parco di divertimento e relax per tutta la famiglia. Trovi un ristorante, un bar sulla terrazza, un'area bambini dai 3 agli 8 anni con animatori, un'area dagli 8 ai 15 anni, DJ Animation, area Fitness e Wellness e poi Le Piscine organizza spettacoli musicali, cabaret e feste a tema. Tre piscine di dotate anche di zona idromassaggio o specifiche per i figli.

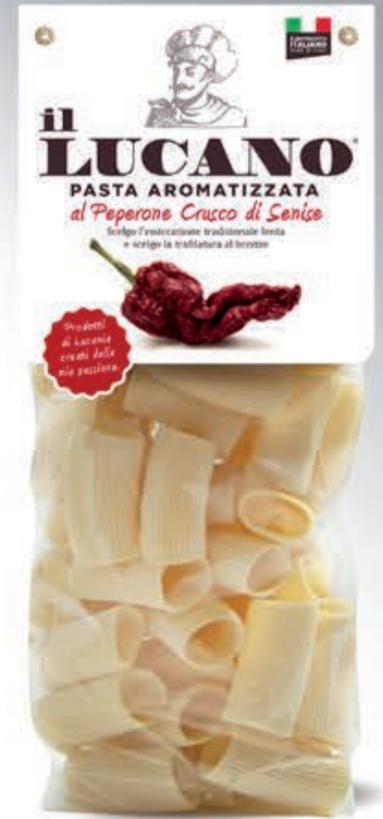
LE PISCINE DIVERTIMENTO E RELAX

Per ricevere la nostra brochure inviare questo coupon a: LE PISCINE via Castelfiorentina 12, 56027 S. Miniato (PISA) oppure sul sito: www.le-piscine.it

Nome _____
Cognome _____
Indirizzo _____
CAP _____ Città _____
Telefono _____
E-mail _____









Acquista il cestino con tutti gli ingredienti per realizzare una delle ricette consigliate da Birra Moretti e Rosso Pomodoro

POTRAI CUCINARLA A CASA TUA.



BIRRA MORETTI E ROSSO POMODORO. UNA SCELTA DI QUALITÀ.



TI PIACE LA RICETTA? Acquista questo cestino con tutti gli ingredienti e molto altro ancora... POTRAI CUCINARLA A CASA TUA.



Da 130 anni il gusto della sincerità.



Evidenziatori

Allestimento mobile

Floorgraphics

Stendardi in tessuto



Evidenziatori

Stendardi piccoli o adesivi

Floorgraphics

Stendardi in tessuto



Consigli per gli Acquisti da

BIRRA MORETTI

UNA RICETTA, UN ACQUISTO TANTA SODDISFAZIONE!

Acquista questo cestino con tutti gli ingredienti e molto altro ancora...

POTRAI CUCINARLA A CASA TUA.

Da 150 anni il gusto della sincerità.

Consigli per gli Acquisti da

UNA RICETTA, UN ACQUISTO TANTA SODDISFAZIONE!

Acquista questo cestino con tutti gli ingredienti e molto altro ancora...

POTRAI CUCINARLA A CASA TUA.

BIRRA MORETTI

Consigli per gli Acquisti

BIRRA MORETTI

DAL 1859

Consigli per gli Acquisti

TI PIACE LA RICETTA?

Acquista questo cestino con tutti gli ingredienti e molto altro ancora...

POTRAI CUCINARLA A CASA TUA.

Pasta 'a napulitana

Ingredienti:

- 400 gr. di fusilli
- 50 gr. di burro
- 250 gr. di mozzarella
- 250 gr. di pomodorini
- 100 gr. di olive nere.

Fate cuocere gli spaghetti e toglieteli al dente. Conditeli con parmigiano, burro e circa la metà dei pomodorini tagliati a pezzetti. Spargete del burro in un tegame e metteteci metà dei fusilli. Nel centro mettete cubetti di mozzarella e coprite il tutto con i fusilli rimasti. Versate il pomodoro, il parmigiano, le olive nettagliate a pezzetti e l'origano. Fate cuocere nel forno per un ventina di minuti.

BIRRA MORETTI

DAL 1859

BIRRA MORETTI

Da 150 anni il gusto della sincerità.



Brochure | Giglio Yogurt | Valter Minelli



Prima proposta
Logotipo

1, 2 e 3... Gli Amici di A-Derma



Seconda proposta
Logotipo

CRESCI CON A-DERMA



Pierre Fabre
Progetto Linea Dermatopediatrica

Kit di Benvenuto



Comer dispenser



Amici di A-Derma



Comer dispenser

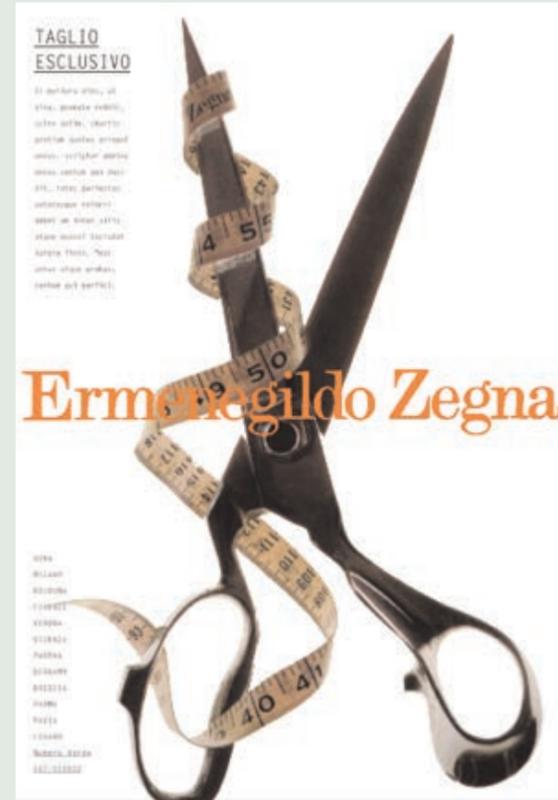


di Benvenuto



Promotion | Operazione Dermopediatria A-Derma | Pierre Fabre | Pielle







LA RICERCA DELL'ECCELLENZA

*Qualità ed eccellenza si distinguono da sempre.
Spumanti Cinzano Gran Cuvée, uno stile unico.*

Cinzano ha elaborato un nuovo progetto, con la consapevolezza che, in ogni caso, la qualità è un valore che si conquista con tempo e impegno. Ma con una battaglia continua che, almeno alla nostra grafica, nella ricerca della perfezione, il Cinzano ha investito 2.700 anni. Perché la ricerca continua è un progetto.

È importante dall'origine della vita. Gli Spumanti Cinzano Gran Cuvée sono prodotti per garantire la loro qualità anche nel lungo tempo e nel tempo. Oggi, più che mai, dall'apertura al tappeto, mentre si prepara il bicchiere, il cliente è invitato a scoprire la bellezza della vita, il momento è unico.

TROVA LA SUA FORMA

Cinzano Gran Cuvée, con la sua linea pulita, è la scelta di qualità per ogni occasione.

Un nuovo genere, iniziato nel 1900 e nel 1905, che nasce dalla ricerca e sviluppo di un progetto di ricerca e sviluppo. Cinzano Gran Cuvée è un progetto di ricerca e sviluppo che ha investito 2.700 anni. Perché la ricerca continua è un progetto.

SPUMANTI SECCHI

Prosecco

Un'esperienza unica, un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Prosecco è un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Prosecco è un'emozione che si vive in ogni bicchiere.

Èccellente per i bicchieri, ideale come aperitivo.

SPUMANTI SECCHI

Rosé

Un'emozione unica, un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Rosé è un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Rosé è un'emozione che si vive in ogni bicchiere.

Rosé, raffinato ed elegante.

SPUMANTI DOLCI

Bicchetto D'Agnone

Un'emozione unica, un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Bicchetto D'Agnone è un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Bicchetto D'Agnone è un'emozione che si vive in ogni bicchiere.

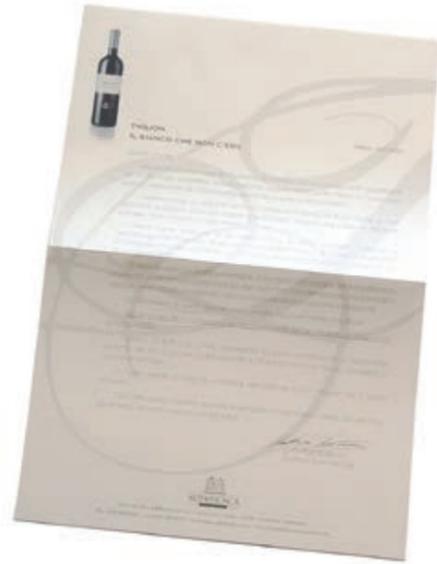
Bicchetto D'Agnone, ideale come aperitivo dolce.

SPUMANTI SECCHI

Prosecco

Un'emozione unica, un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Prosecco è un'emozione che si vive in ogni bicchiere. Prosecco è un'emozione che si vive in ogni bicchiere.

Dal sapore unico, in un bicchiere unico.



BOUCANIER GOLDEN ALE

BIRRA ALE



ABBINAMENTI GASTRONOMICI
Piatti strutturati, antipasti di salumi crudi o cotti. Primi piatti di riso o pasta e altri cereali anche con condimenti importanti. Zuppe di pesce, arrosti di manzo, piatti in umido, schiavina di petto o di piuma formaggi a pasta cotta, erborinati, a crosta fiorita, maturi. Pasticceria secca e non, anche con contenuto di grassi

ROTTIGLIA 33 cl:
Dimensione: 17,5 x 6,5 cm
Peso: 0,6 kg
EAN Bottiglia: 540700700018

CARTONE:
N. Bottiglie: 12
Dimensioni: 17,8 x 28,9 x 22 cm
Peso: 7,5 kg
EAN Cartone: 540700700049

PALLET:
Confl. per pallet: 126
Strati: 9
Confl. per strato: 14
Dimensioni: 170 x 80 x 120 cm
Peso: 975 kg

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

Bière du Boucanier



ABBINAMENTI GASTRONOMICI
Piatti strutturati, antipasti di salumi crudi o cotti. Primi piatti di riso o pasta e altri cereali anche con condimenti importanti. Zuppe di pesce, arrosti di manzo, piatti in umido, schiavina di petto o di piuma formaggi a pasta cotta, erborinati, a crosta fiorita, maturi. Pasticceria secca e non, anche con contenuto di grassi

ROTTIGLIA 33 cl:
Dimensione: 17,5 x 6,5 cm
Peso: 0,6 kg
EAN Bottiglia: 540700700018

CARTONE:
N. Bottiglie: 12
Dimensioni: 17,8 x 28,9 x 22 cm
Peso: 7,5 kg
EAN Cartone: 540700700049

PALLET:
Confl. per pallet: 126
Strati: 9
Confl. per strato: 14
Dimensioni: 170 x 80 x 120 cm
Peso: 975 kg

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

BULMERS ORIGINAL

SIDRO



Un sidro rinfrescante con un piacevole gusto di mele che risponde alle nuove esigenze dei giovani consumatori che prediligono sapori dolci e leggeri. Può vantare di essere una delle bevande in bottiglia più bevute in Inghilterra e più amate dagli anglosassoni, ricercata e riconosciuta anche dai clienti stranieri. Un drink alternativo che deve essere servito sempre con ghiaccio per garantire una freschezza imbattibile e creare un rituale che fidelizza il consumatore.

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

SILLY BIO

BIRRA PILS BIOLOGICA



50 nella Brasserie de Silly l'esperienza di produzione artigianale è passata da un figlio, arrivando ad oggi alla sesta generazione. Il birrifico è ormai sinonimo di qualità. Ogni birra, infatti, viene prodotta artigianalmente utilizzando i migliori ingredienti: acqua pura, un lievito unico (il cui segreto è noto solo al mastro birraio), luppolo che possiamo trovare e maito di alta qualità. Silly è una birra filtrata, bionda, leggera e fesside, più dolce della vaniglia.

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

CERDOS VOLADORES

BIRRA INDIA PALE ALE



Un giorno, bevendo una birra, ci viene in mente di fare una pazzia e creare la nostra brewery. Eviamo produrre birre artigianali per tutti i tipi di clienti, esperti e non, per la gente del nostro Paese, con un packaging unico per farci riconoscere ovunque. Birre oneste e di qualità, per onorare la nostra città, Barcellona. E siamo arrivati fin qua: questi siamo noi con la nostra passione, che ci ha permesso di fare le migliori birre che abbiamo potuto, con cuore e sinceramente, buone materie prime. Così che Barcelona Beer Company si contraddistingue come l'autentica craft brewery di Barcellona, lavorando con un'attenta scelta di malti, luppoli e lieviti, senza additivi e con acqua pura del Parco Naturale del Montseny, l'Acqua de "Font del Regàs". CERDOS VOLADORES è la birra più ribelle e simpatica, una birra potente e sfacciata per i momenti più divertenti. Una birra unica, piena di carattere grazie alla generosa luppolatura.

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

ERDINGER HEFEWEIZEN

BIRRA WEIZEN



Se c'è un birrifico che ha guidato il crescente successo delle birre di frumento bavaresi, le weizen, quello è certamente Erdinger. Nato nel 1866, è cresciuto costantemente fino a diventare il leader mondiale di questa specialità. Possiamo dire che abbia il merito di essere stata la prima a credere in questa tipologia e a esportarla al di fuori dei confini regionali. L'Erdinger Weissbier riporta un ABV pari a 5,2% e un colore dorato-velato con un imponente cappello di schiuma. Offre note fruttate più delicate e maggiormente affini alla frutta a polpa bianca con leggere sensazioni olfattive. Birra molto elegante anche al palato, con note sapide che ne fanno una birra anche da aperitivo.

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer

GREEN KILLER

BIRRA IPA



La leggenda narra che un giorno, i birrai della Brasserie de Silly inventarono una nuova ricetta di birra

DIBEVIT
Beer Lovers & Craft Beer



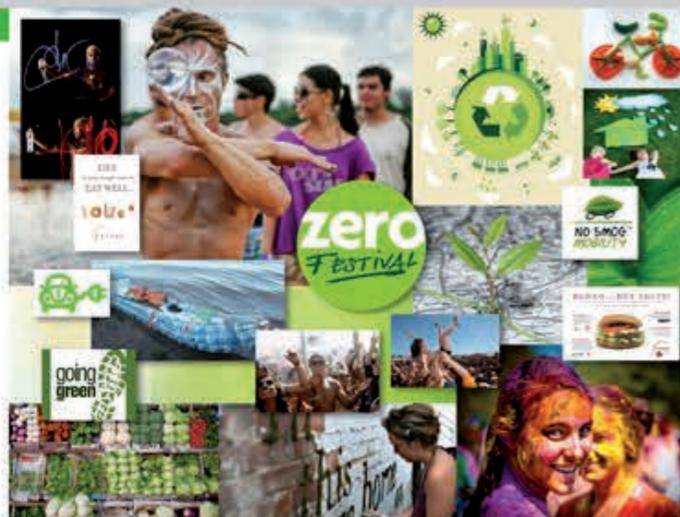
Project | Zero Festival | Regione Lombardia | Babel



IL CONCEPT
 Un evento che sia in grado di AGGREGARE UN NUMERO ELEVATO DI PERSONE, ragazzi ma anche famiglie nell'arco di due giorni, dal mattino fino alla sera, con ATTIVITÀ DI INTRATTENIMENTO E DI EDUCAZIONE, PER IMPARARE CHE È POSSIBILE DIVERTIRSI ANCHE SENZA SPRECARE E SENZA RINUNCIARE AI PIACERI CHE – SOPRATTUTTO IN PERIODO DI CRISI – CI PIACE CONCEDERCI, un evento a ridotto impatto sull'ambiente, che sappia valorizzare il patrimonio culturale e gastronomico locale

Cosa?
 UN FESTIVAL DI DUE GIORNI IN UN'AMPIA AREA ALL'APERTO, AD INGRESSO GRATUITO
 Con un programma di intrattenimento costituito da CONCERTI MUSICALI E DA SPETTACOLI con artisti di varie discipline, ed AREE TEMATICHE dedicate a: alimentazione, risparmio energetico, ambiente, sostenibilità.

Dove?
 L'acqua è vita ed è estate: gli eventi si svolgeranno in IMPORTANTI LOCALITÀ DI LAGO LOMBARDE.
 A Milano la location ottimale sarebbe l'IDROSCALO.



Come?
 UN FESTIVAL PUÒ ESSERE SVOLTO ANCHE CON IMPATTO AMBIENTALE ED ENERGETICO OTTIMIZZATO
 IMPATTO ZERO OVE POSSIBILE E REINTEGRO CON AZIONI "VERDI" DI COMPENSAZIONE
 introduzione del bonetario come combustibile; recupero e riciclaggio dei rifiuti...
 OTTIMIZZAZIONE DELL'IMPATTO ANCHE PER LE SPETTACOLARIZZAZIONI (ad esempio con i green-graffiti)
 Una alimentazione sana ma golosa, l'importante sono le materie prime. Preferenza per alimenti ad impatto zero con valorizzazione della offerta gastronomica locale e bevande naturali, come la birra.
 SPAZIO A PARTNER CHE VOGLIANO CONTRIBUIRE ALLA SFIDA, ANCHE IN VISTA DEL FUTURO EXPO 2015:
 - ENERGIA
 - TELEFONIA
 - AUTOMOTIVE

E all'apporto di nuove idee, con il coinvolgimento delle UNIVERSITÀ LOMBARDE
 (ad esempio con forme di studio per i/o la/o studente/i impatto della moda, d'acqua e degli sprechi)



intrattenimento spettacolare
MUSICA
 ARTISTI NOTI
 BAND EMERGENTI
 E MOLTO ALTRO:

FLUX	SKATE	PARKOUR	FS FOOTBALL
FS BASKETBALL	WAKEBOARD	SURF	URBAN DANCE



vuoi utilizzare un lavoro che hai visto in questo book?

Devi sapere che per alcuni è possibile, per altri no. Ecco i contatti per ricevere maggiori informazioni: valtermine@gmail.com o vassellatti@gmail.com

Tutte le immagini e i lavori presenti nel book sono di proprietà di *valter minelli* | *paola vassellatti*, non possono essere utilizzati sotto nessuna forma senza una autorizzazione scritta.

Some of the images shown are available for licensing. Please contact vassellatti@gmail.com for more information. Images and works must not be reproduced, distributed or broadcasted without prior written permission.

valterminelli

+39 337 298179

valtermine@gmail.com

paolavassellatti

+39 347 4435910

vassellatti@gmail.com

www.babel2babel.com

www.vassellatti.com