

**Case di produzione**

**Fargo Film, buoni risultati per JekoLab**

A sei mesi dal lancio della start-up JekoLab avviata con AppyMob, specializzata nella realizzazione, produzione e commercializzazione di applicazioni educative rivolte all'infanzia e completamente made

in Italy, Fargo Film tira le somme dell'avventura. La casa di produzione di spot pubblicitari e di lungometraggi ha deciso, con JekoLab, di attivarsi anche nel settore dell'intrattenimento digitale per bambini, spinta dall'enorme popolarità di dispositivi quali tablet e smartphone, e i risultati sono stati soddisfacenti, tanto che per il 2012 sono già in cantiere sette nuove fiabe interattive e una nuova collana di audiofiabe rivisitate in chiave moderna. Accanto a queste, continueranno a essere sviluppate e lanciate nel corso dell'anno nuove applicazioni per le collane Ditamatte e Libroblò, app per l'intrattenimento

e l'apprendimento lanciate nel 2011 insieme alla prima delle fiabe interattive di JekoLab, I tre porcellini. La popolarità e il successo dei Tre porcellini di JekoLab, nominata "app della settimana" sull'iTunes Store e posizionatasi nei cinque mesi dal lancio sempre tra i primi libri digitali più venduti, sono da attribuire anche alla collaborazione con la facoltà di Scienze della formazione dell'Università di Torino, che supervisiona l'indirizzo formativo di questo e altri prodotti della unit. L'obiettivo è quello di sfruttare le nuove opportunità che i tablet offrono anche ai più piccoli, fondendo la dimensione dell'intratte-

nimento con quella dell'apprendimento. Ogni applicazione supporta i tablet, gli smartphone e gli iPod Touch. «Gli ottimi risultati confermano la validità di prodotti per l'infanzia studiati e realizzati con una forte impronta didattico-educativa - spiega Massimo Ceratto, partner di Fargo Film - e ci spronano a continuare sulla strada intrapresa. Non solo applicazioni ludiche, ma prodotti che permettano un nuovo modo di interazione tra adulti e bambini. Siamo orgogliosi di esserci distinti anche nell'ambito dell'intrattenimento per l'infanzia grazie alla qualità e all'innovazione dei nostri prodotti».



Massimo Ceratto

**Campagne - Creatività**

**Linkontro Nielsen su stampa con Itaca**

Itaca Comunicazione, agenzia diretta da Simona Pisanello, si è occupata per il terzo anno consecutivo della comunicazione above and below the line della 28esima edizione di Linkontro, convegno organizzato da Nielsen che da oltre 25 anni chiama a raccolta il management delle aziende leader dell'industria di marca e della distribuzione moderna per fare il punto sull'economia e sui consumi. La comunicazione relativa al

meeting presenta quest'anno significative novità. Il visual non ruota più esclusivamente intorno al logo ma esplicita il leitmotiv dell'evento: in un momento di crisi si vuole infatti lanciare un messaggio positivo e puntare sull'Italia vincente fatta di persone e aziende che sanno affrontare il mercato in modo innovativo. La campagna è articolata in due soggetti che illustrano gli argomenti e i rispettivi relatori protagonisti di Linkontro 2012, pianificati

sulle principali testate trade e di comunicazione da marzo a maggio. Due sono le headline: "C'è un'Italia che riesce" e "C'è un'Italia che sa essere community", che sottolineano la promessa del convegno, intitolato "Download the Future - Percorso di esperienze per rigenerare fiducia". La campagna è firmata da Paolo Pedrazzini, copy e direttore creativo, e da Grazia Dente, art. Anche quest'anno l'evento si terrà al Forte Village di Santa

Margherita di Pula in Sardegna dal 17 al 20 maggio.



**Digital**

**Meroni realizza il blog di Bcc Carugate**

L'agenzia di comunicazione integrata Meroni comunicare firma il nuovo blog istituzionale di Bcc Carugate, Banca di credito cooperativo di Milano e Brianza:

online all'indirizzo blog.bcccarugate.it, "LaTuaBanca" blog informa su novità, eventi, iniziative speciali, prodotti e servizi di Bcc Carugate e approfondisce temi

di attualità economica e sociale del territorio su cui la banca opera. Meroni comunicare curerà anche la social communication della banca, con la gestione dall'ac-

count ufficiale su Twitter @BCC\_Carugate. Il blog sarà lanciato con la campagna "LaTuaBanca... ha fatto Blog!" realizzata sempre da Meroni comunicare.