

I piani dell'a.d. Marchetta per la società specializzata nell'editoria elettronica e nelle guide

VRWay, il turismo diventa virtuale

Sull'iPhone la promozione del territorio e dei suoi servizi

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Offrire tour virtuali di città o delle bellezze paesaggistiche e artistiche del mondo, ma anche di negozi e hotel, mostrando al potenziale visitatore immagini a 360 gradi e interattive, fruibili direttamente dal pc o sull'iPhone: è questo il cuore del business di VRWay Communication, che con il suo progetto Arounder punta ad attrarre enti pubblici che vogliono promuovere il territorio e le aziende che operano nel settore turistico, alberghiero, dell'entertainment, del lusso, dell'automotive e dell'immobiliare.

Il prodotto di punta della media company, specializzata nell'elaborazione e nella pubblicazione di prodotti di editoria elettronica corredati di immagini di realtà virtuale, è Arounder, «che nasce dalla nostra storia tecnologica, dall'aver voluto sperimentare le potenzialità delle foto cosiddette immersive nella comunicazione legata

alla presentazione di luoghi, situazioni turistiche o commerciali», spiega **Maurizio Marchetta**, amministratore delegato di VRWay Communication. «Ciò si è sviluppato sotto forma di un progetto editoriale che coniuga in una sola struttura web sia la presentazione del territorio, una sorta di guida, sia le attività economiche presenti». Tra i principali inserzionisti che pagano per farsi inserire in queste guide virtuali si trovano attività legate al turismo, ristoranti, alberghi, bar, centri benessere, luoghi di divertimento.

Oltre che enti pubblici e associazioni che in-

terpretano e promuovono il territorio dal punto di vista turistico, ambientale e culturale. Il tutto grazie a un da-



Maurizio Marchetta

tabase di proprietà costituito da circa 6 mila immagini. «Arounder è interrogabile da tempo sul web via pc, chiunque può usufruire gratuitamente dei contenuti che, oltre alle immagini, includono testi informativi, con numeri di telefono e itinerari. Quando è arrivato l'iPhone, e quindi la possibilità di rappresentare bene su un device mobile le immagini, abbiamo deciso di lanciare Arounder-Touch, una trasposizione per il device mobile dei contenuti presenti anche sul web», continua l'a.d. «È un'applicazione gratuita con una serie di funzioni legate alla posizione, come



la possibilità di vedere ciò che c'è nel luogo in cui ci si trova o di tracciare un itinerario. C'è anche la possibilità, senza uscire dall'applicazione, di condividere immagini presenti su ArounderTouch inviandole come collegamento via email o postandole su Facebook. Da dicembre, quando l'abbiamo lanciata, ci sono stati più di 200mila download dell'applicazione». Tra luglio 2008 e luglio 2009, il giro d'affari dell'azienda è cresciuto otto volte e per il 2010 l'obiettivo è andare avanti, «coprendo i mercati turistici più importanti in modo da far diventare Arounder un punto di riferimento», conclude Marchetta.

© Riproduzione riservata

Questo weekend su **Class LIFE**

Reti di moda

Il web cambia le regole del gioco fashion.

La stagione corta

Nuova moda, le gambe tornano in primo piano.

L'arte del vetro

I vasi di Diego Chilò per la maison Venini.

Shanghai Expo

Viaggio nel padiglione Italia.

Videogame revolution

Nasce Natal, per giocare senza telecomandi.

Tennis testimonial

Novak Djokovic racconta la scalata al vertice APT.

CO-MARKETING

Irene Grandi con Ethos e Lancaster

DI GIORGIO NACCARI

Iniziativa di comarketing tra Ethos Profumerie e Lancaster per avvicinarsi a tutti quelli che amano il mondo della musica, con la sponsorizzazione del nuovo tour teatrale di Irene Grandi. Un'operazione di marketing e di immagine che vede affiancati la catena di distribuzione e il marchio di cosmetici con una delle voci femminili più amate d'Italia e che si svilupperà in tre concorsi, ciascuno dei quali dà la possibilità di vincere biglietti gratuiti, cd della cantante, solari Lancaster e un incontro personale con l'artista.

In tutte le Profumerie Ethos, che sono 159 distribuite su tutto il territorio nazionale, lo strumento per partecipare è la Ethos Card: dal 26 aprile fino al 26 maggio chi effettuerà l'acquisto di almeno due prodotti solari Lancaster potrà partecipare all'estrazione immediata di due biglietti per assistere a un concerto del tour teatrale di Irene Grandi. Chi compilerà un questionario potrà vincere un weekend a Milano, prodotti Lancaster e cd della cantante toscana.

BREVI

Daikin on air con Testa e 3,6 mln. Sarà on air per l'intero mese la campagna pubblicitaria che segna l'ingresso di Daikin nel mondo del design. La programmazione televisiva prevede una copertura con spot da 30, 15 e 7 secondi sulla tv nazionale, satellitare e digitale terrestre. Poi radio, web e maxiaffissioni a Milano (aeroporto di Linate) e Roma (aeroporto di Fiumicino). L'investimento netto della campagna pubblicitaria è di 3,6 milioni di euro. Di questi, 125.000 euro sono stati dedicati al web. Agenzia: Armando Testa. Direzione creativa: Maurizio Sala, Antonio Carena e Marco Calaprice (direzione creativa esecutiva), Daria D'Onofrio (art director), Daniela Zuccotti (copy).

Unes promuove la spesa senza plastica. Parte oggi la campagna promossa da Unes Supermercati per ridurre l'utilizzo dei sacchetti di plastica in 55 supermercati, dei quali 43 a insegna U2 e 12 a insegna U! Unes Supermercati, con l'obiettivo di estenderla a tutti i punti vendita. I supermercati aderenti all'iniziativa venderanno solo borse usa-riusa in Tnt acquistabili a 50 centesimi, e sacchetti biodegradabili in MaterBi.

Manas prosegue l'espansione verso est. Manas, l'azienda marchigiana specializzata in calzature da donna, unisex e accessori, ha aperto il suo primo store a Bucarest, all'interno del mall Baneca Shopping Center, il più importante

centro commerciale cittadino. L'apertura è in collaborazione con l'imprenditrice Valentina Oprea, partner locale con cui il gruppo ha già aperto anche un altro negozio a Galati, in Romania.

Materazzi per Tecar. È Marco Materazzi il nuovo testimonial Human Tecar. Il difensore centrale dell'Inter, che da anni si avvale del sostegno della Tecarterapia, è infatti il primo protagonista della campagna stampa che sarà veicolata nel corso dei prossimi mesi su testate dedicate allo sport e alla medicina sportiva. La tecarterapia è una tecnica fisioterapica che opera attraverso una radiofrequenza a bassissima intensità.

Heineken, il Festival è già in bottiglia. Heineken annuncia il ritorno dell'Heineken Jammin' Festival (dal 3 al 6 luglio 2010) con un'edizione speciale di bottiglie da collezione la cui ideazione e vestizione grafica è stata affidata all'agenzia milanese Beyond the line (nella foto).



IN ONDA A PARTIRE DALLE 12 IL SABATO E LA DOMENICA SU

