

# Image & Action<sup>7</sup>

Periodico di Comunicazione, Pubblicità e Web marketing

Pagina 04

## Borsalino sceglie Layoutweb



Pagina 06

## I sistemi per la posa SIKA: on line e... on the road

Pagina 08

## RODO FIRENZE: Lusso, artigianalità e web marketing con Layoutweb

Pagina 15

## Manifestazioni a premio: Layoutweb inaugura il nuovo portale [www.concorsi.layoutweb.it](http://www.concorsi.layoutweb.it)

Pagina 18

## Premio Web Italia: riconoscimento alla carriera per Layoutweb



# layoutweb

w e b a g e n c y

C'è chi parla  
di fare business  
con il sito

e chi lo fa

- Analisi e strategia
- Progettazione e creatività
- Sviluppo sito e software engineering
- Web maintenance
- Search engine placement
- Web advertising
- Web marketing
- Analisi statistiche e report
- Web brand protection
- Web hosting
- Operazioni a premi e concorsi

[www.layoutweb.it](http://www.layoutweb.it) - [info@layoutweb.it](mailto:info@layoutweb.it)

P.le Dalla Chiesa, 1 - 43121 Parma - Tel. 0521/776970



# Indice



## **In Primo Piano:**

**Pag.04** Borsalino sceglie Layoutweb

## **Case History:**

**Pag.6** I sistemi per la posa Sika: on line e... on the road

## **Speciale:**

**Pag.8** Rodo Firenze: lusso, artigianalità e web marketing con Layoutweb

## **Web trend:**

**Pag.10** Cesare Ragazzi Laboratories difende la sua web reputation

## **Rubriche:**

**Pag.13**

**Lay news**

**Pag.18**

**Vita d'agenzia**



# Borsalino sceglie Layoutweb

Nuovo sito, conversational marketing e social media i capisaldi del piano di comunicazione digitale messo a punto dall'agenzia

## Il sito

Per Borsalino Layoutweb sta realizzando un nuovo sito web pensato per ricreare l'universo del marchio e scoprire le collezioni di un'icona del Made in Italy. Il sito in via di costruzione è studiato per offrire una navigazione user friendly e creare un contatto diretto con l'utente finale. Con questo nuovo spazio, l'agenzia punta a creare un forte impatto emozionale, trasmettendo la storia e i valori del marchio che si contraddistingue per la ricercatezza delle sue creazioni e la grande cura dei particolari.

Per agevolare la user experience degli utenti, il sito sarà consultabile sia su tablet che su smartphone. Infine, per garantire un corretto posizionamento sui motori di ricerca, sono in programma attività di Search Engine Optimization.

## La comunicazione

Dopo la messa on line del sito, verrà messo a punto un articolato piano di comunicazione on line che prevede lo screening di importanti magazine, blog, forum e piattaforme sociali dedicate alla moda. In seguito, verranno pianificati interventi mirati per trasmettere il valore positivo del marchio e sviluppare conversazioni in rete, in modo da sfruttare positivamente il passaparola e tenere viva l'attenzione sulle iniziative firmate Borsalino.

Fashion editor e fashion blogger italiane e internazionali saranno al centro di un'intensa attività di pubbliche relazioni che comprende anche l'invio di comunicati stampa a centri media on line e portali del settore moda.

Per quanto riguarda il mondo social, l'agenzia si occuperà di gestire in modo unitario l'immagine di Borsalino sulle principali piattaforme sociali, cercando di creare engagement con i fan. ■

## Storia di un mito



Borsalino nasce ad Alessandria nel 1857 dalla volontà di due fratelli, Giuseppe e Lazzaro. Nel tempo l'azienda è diventata leader mondiale per la produzione di cappelli.

Già nel 1871 venivano prodotti 300 cappelli al giorno, ma grazie all'introduzione di macchine modernissime acquistate a Manchester, la Borsalino si avvia a diventare un'industria a tutti gli effetti.

Giuseppe Borsalino muore nel 1900 e suo figlio Teresio prende in mano le redini dell'azienda, incrementando la produzione fino ad arrivare, negli anni '20, alla cifra record di due milioni di pezzi.

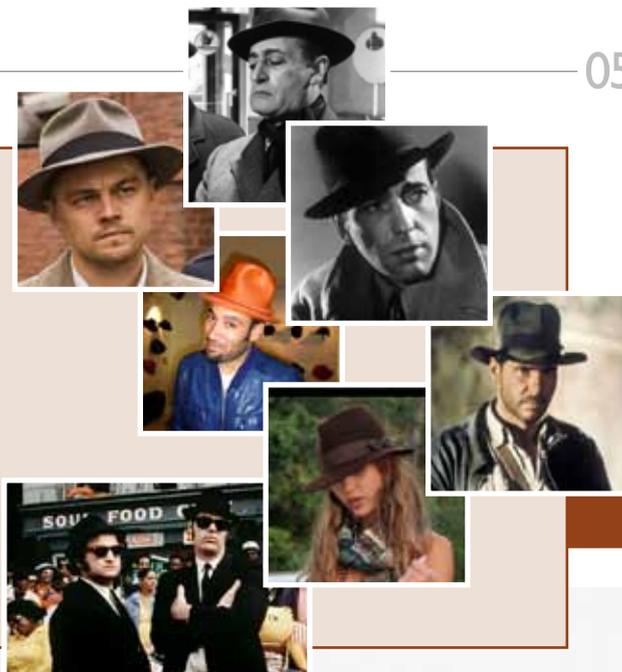
Dopo la morte di Teresio Borsalino nel 1939, l'azienda deve affrontare la crisi degli anni '30 e le devastazioni della Seconda Guerra Mondiale. Con la fine del conflitto, inizia la ripresa economica. Nel 1970 il film "Borsalino" con Alain Delon e Jean Paul Belmondo rilancia il marchio tra le nuove generazioni.

Nel 1979 l'ultimo erede della famiglia cede l'azienda.

Oggi Borsalino è in crescita sia sul mercato nazionale che su quello internazionale.

## Borsalino e le "sue" celebrities

Da Charlie Chaplin a Federico Fellini, da Marlene Dietrich a Micheal Jackson per arrivare fino a Brad Pitt, Lady Gaga e Kate Moss: i personaggi del mondo dello spettacolo di oggi e di ieri che hanno indossato e indossano spontaneamente i cappelli Borsalino sono tantissimi. Conosciuto per il suo stile inconfondibile, il marchio è diventato un'icona di stile e un simbolo del Made in Italy. Proprio come Harrison Ford, Elton John, Eva Longoria, Jessica Alba, Jude Law, Sarah Jessica Parker e molti altri, anche i clienti Borsalino amano distinguersi e puntare su un tipo di eleganza informale e anticonformista.



*La Campagna Primavera/Estate 2012*

# I sistemi per la posa **Sika**: on line e... on the road



Per supportare il lancio di Innovative Tile Systems, la nuova linea di sottofondi, impermeabilizzanti, adesivi e stucchi, Sika Italia ha scelto Layoutweb per la comunicazione off line e on line.

Sika Italia, filiale italiana del gruppo svizzero fondato nel 1910, ha aperto un nuovo capitolo nella propria storia, lanciando Innovative Tile Systems, una linea completa di prodotti dedicati alla posa. Per supportare questo lancio, Sika Italia ha scelto di affidarsi a Layoutweb, che ha firmato la creatività e pianificato la campagna stampa su testate nazionali e di settore. Per far conoscere i nuovi prodotti Sika e incrementare le visite al sito, Layoutweb ha studiato il concorso "La Forza del Leader". Ultimo ma non ultimo la comunicazione sul web.

Oltre al mondo delle costruzioni e dell'industria, Sika Italia vuole rivolgersi anche a posatori, rivenditori edili, progettisti e architetti con una proposta mirata, che comprende sottofondi, impermeabilizzanti, adesivi e stucchi. In quest'ottica l'attività sul web si presta perfettamente sia per dare visibilità ai prodotti che per sviluppare una relazione con il target di riferimento.



Pagina pubblicitaria Gazzetta dello Sport

La strategia messa a punto da Layoutweb comprende attività di web advertising con l'invio di DEM e uscite sui portali di settore e dedicati allo sport. Accanto all'attività di ufficio stampa, i principali blog, forum e le piattaforme social sono presidiate costantemente, per creare un canale di comunicazione diretta con gli utilizzatori finali.

La campagna sul web è partita in contemporanea con i road show programmati in diverse città italiane. Due furgoni Sika, infatti, stanno percorrendo lo stivale da Nord a Sud per mostrare le funzionalità dei nuovi prodotti a posatori, rivenditori, architetti e progettisti.

## Advertising

Il concept e lo sviluppo della campagna "La Forza del Leader" sono a cura del reparto creativo dell'agenzia. Per quanto riguarda la carta stampata, sono state previste uscite su testate a diffusione nazionale, come la Gazzetta dello Sport, il Corriere dello Sport, Tutto sport, Autosprint e riviste di settore.

## Web Advertising

La creatività della campagna ideata da Layoutweb per Sika è stata declinata anche sul web in diversi formati. Le testate scelte, come nel caso di quelle cartacee, sono mirate a raggiungere in modo diretto ed efficace il target di riferimento e ad aumentare le visite all'area del sito dedicata a Innovative Tile Systems.

L'advertising è apparso nella sezione calcio del sito della Gazzetta dello Sport, su portali specifici come Infobuild, Edilio, Archiportale ed Edilportale. Inoltre, Layoutweb ha curato l'ottimizzazione della campagna ADWORDS su Google e PayPerClick su Facebook.

## Il concorso

Inserito nel più ampio piano di comunicazione messo a punto dall'agenzia, il concorso è finalizzato a supportare il lancio dei prodotti, incentivare l'iscrizione al sito [www.posa-sika.it](http://www.posa-sika.it) di utenti in target e alla raccolta dei dati per ampliare ulteriormente il database dei contatti. Per questo motivo il concorso è riservato a piastrellisti, posatori, rivenditori edili e ceramici, progettisti, architetti e in generale agli imprenditori del mondo edile.

La dinamica del gioco è molto semplice e veloce: gli utenti devono solo registrarsi al sito per poter partecipare all'estrazione del premio, che consiste in un viaggio di sette giorni ai Caraibi per due persone.

## Il cliente

Sika Italia è la filiale del gruppo svizzero leader nel campo dei prodotti chimici per l'edilizia. Dagli anni '30 ad oggi le soluzioni messe a punto da Sika hanno contribuito alla realizzazione di grandi opere in tutto il mondo.

### OBIETTIVI

- Ideare il concept più efficace per lanciare la nuova linea di sistemi per la posa Sika
- Pianificare campagne di advertising classico e attività di web marketing per far conoscere al target di riferimento la nuova linea di prodotti per la posa
- Comunicare direttamente la qualità del prodotto all'utente finale attraverso social network e attività di marketing conversazionale
- Promuovere Innovative Tile Systems a 360 gradi attraverso lo studio di campagne di web advertising, l'ottimizzazione di campagne PayPerClick e l'invio di DEM.

### IL COMMENTO

**Giorgio D'Alò**, Direttore marketing Sika Italia  
*"Dopo l'acquisizione di Technokolla da parte di Sika nel 2011, la collaborazione con Layoutweb è ovviamente proseguita. Da parte mia, ho voluto iniziare a collaborare con Layoutweb anche con il brand Sika, con l'obiettivo di creare e pianificare una campagna di comunicazione dedicata alla nuova gamma prodotti Innovative Tile Systems, frutto della sinergia con Technokolla. L'esperienza e la professionalità hanno portato ad avere risultati positivi in termini di efficacia della comunicazione, e sono stati di stimolo per un nuovo approccio da parte di Sika riguardo gli strumenti di comunicazione, meno tradizionali e più legati al web marketing."*



[www.posa-sika.it](http://www.posa-sika.it)



## Passato e presente

La storia di RODO FIRENZE inizia ai primi del '900 con la produzione del cappello di paglia di Firenze. A metà degli anni '50 Romualdo Dori inizia a creare anche borse da donna realizzate con un finissimo intreccio di paglie fiorentine. La prima creazione della maison – un cestino in vimini – ebbe un successo incredibile, soprattutto negli Stati Uniti.

La famiglia Dori ha continuato a portare avanti la tradizione e i valori del marchio. Romualdo, infatti, ha passato il testimone ai figli: Maurizio, attuale direttore creativo e Gianni, strategy development manager.

La nipote Martina, responsabile dell'ufficio stile, rappresenta la terza generazione ad entrare in azienda.



A breve prenderanno il via campagne PayPerClick su Google, Facebook e YouTube.

Blog, forum e piattaforme sociali saranno al centro di interventi mirati per stimolare lo scambio con gli utenti, tenere alta l'attenzione sulle iniziative del marchio e creare passaparola.

Verrà avviata un'intensa attività di pubbliche relazioni rivolta a blogger italiane ed internazionali, per comunicare in modo efficace il brand al target di riferimento.

Per quanto riguarda i social network, Layoutweb seguirà la gestione degli spazi all'interno delle piattaforme sociali per garantire una presenza unitaria del marchio e aprire un dialogo diretto con le utenti finali.

In parallelo Layoutweb sta studiando anche delle soluzioni per aumentare la viralità in rete.

Tutta l'attività di comunicazione sarà costantemente sottoposta ad analisi e verrà attuato un puntuale monitoraggio delle fonti on line che parlano del brand sui principali mercati internazionali.



# Cesare Ragazzi Laboratories difende la sua web reputation

Abbiamo incontrato l'avvocato Francesco Terrano, specializzato nella tutela di marchi, brevetti e proprietà intellettuale, che collabora con Layoutweb nella protezione del marchio bolognese da usi impropri sul web.



Avv. Francesco Terrano

Per Cesare Ragazzi Laboratories, Layoutweb svolge un capillare lavoro di screening della rete con l'obiettivo di "passare al setaccio" quotidiani, magazine on line, blog, siti, portali, forum e i principali social network.

A partire dall'analisi dei dati raccolti, l'agenzia studia azioni mirate per tutelare il marchio da eventuali utilizzi impropri o da possibili danni d'immagine.

Nel caso di commenti falsi o diffamatori, oltre a contattare direttamente gli editori, l'agenzia si avvale della collaborazione dell'avvocato Francesco Terrano, specializzato nella tutela di

marchi e della proprietà intellettuale. Lo abbiamo intervistato per parlare di Cesare Ragazzi Laboratories e molto altro ancora.

*"La notorietà di cui gode il marchio Cesare Ragazzi ha spinto molti ad approfittarne su internet – spiega Terrano - In particolare, abbiamo frequentemente riscontrato l'impiego del marchio Cesare Ragazzi come parola chiave con riferimento a marchi di terzi che nulla avevano a che fare con lo stesso. In questo modo, al consumatore che cercava la qualità dei prodotti Cesare Ragazzi, venivano offerti anche i prodotti/servizi di imprese concorrenti. Questa pratica è da ritenere illecita ed è stata espressamente dichiarata tale anche dalla Corte di Giustizia".*

**Come sono cambiate le norme di tutela dei marchi negli ultimi anni, tenuto conto anche del grande successo dei social network?**

*"Negli ultimi anni si è assistito ad un generale miglioramento dei mezzi di tutela dei marchi da violazioni apportate sia con, che senza, l'ausilio della rete telematica.*

*Per ciò che concerne, in particolare, l'impiego di un marchio su social network si deve notare che questi ultimi hanno tendenzialmente aumentato i rischi di violazione, connessi tanto ad impieghi impropri dei segni da parte di soggetti non autorizzati, quanto alla possibilità di denigrazione dei relativi prodotti in gruppi/forum di discussione.*

*A questo riguardo deve segnalarsi che, in abbinamento agli ordinari mezzi di tutela, gli stessi social network offrono al titolare del marchio degli strumenti volti a reprimere eventuali violazioni. Un profilo particolarmente critico merita di essere segnalato e concerne la già accennata tematica della denigrazione commerciale.*



## Restyling del sito cesareragazzi.com: arriva CRL ONHAIR



[www.cesareragazzi.com](http://www.cesareragazzi.com)

Nuovo look per [www.cesareragazzi.com](http://www.cesareragazzi.com) che si presenta arricchito di nuovi contenuti e con una homepage touch oriented, che riprende le funzionalità di tablet e smartphone.

Facilità di navigazione e usability sono alla base di questa nuova versione, che propone una ricca sezione di natura scientifica dedicata alla morfologia e alla fisiologia della cute e dei capelli; inoltre, è stata creata un'area con le testimonianze video di chi ha provato i prodotti e le soluzioni Cesare Ragazzi Laboratories.

Infine, il restyling del sito coincide con la messa on line di un magazine

ONHAIR dove trovare notizie e curiosità sui capelli.

Nella sezione "Miti e Leggende" la redazione di volta in volta esamina credenze e abitudini legate alla salute dei capelli, confermandole o confutandole sulle base di informazioni scientifiche. Ci sono anche articoli dedicati alla storia del costume, a come sono cambiati nel tempo stili e acconciature.

Di impatto e graficamente molto curato, il magazine ha un taglio molto interattivo e consente di condividere e commentare le notizie sul proprio profilo di Facebook.

Infatti si riscontra un orientamento dei giudici (in particolar modo americani) che tende ad ammettere in limiti molto ampi un diritto di critica dei consumatori che spesso, peraltro, può sfociare anche nella diffamazione".

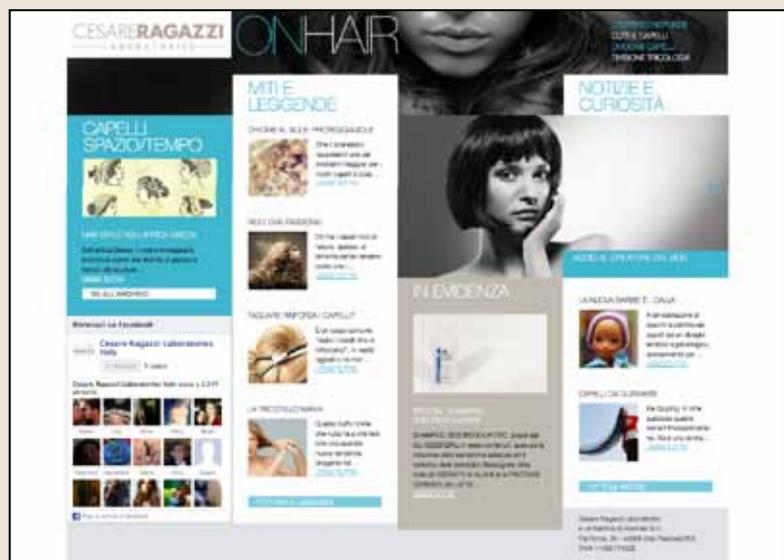
**Quali sono i casi e le tipologie più frequenti di uso improprio di un marchio su internet?**

"La tipologia sicuramente più frequente di violazione del marchio su internet è il cosiddetto "domain grabbing" che si verifica quando un soggetto che non ha niente a che fare con un marchio registra lo stesso come nome di dominio.

Come già detto, a seguito del verificarsi di numerosissimi casi, la rete si è adoperata per offrire ai titolari dei marchi violati un rimedio pratico e economico consistente appunto nelle procedure di ri-assegnazione. Inoltre al fine di ridurre questo fenomeno, che si verifica in particolare nel momento in cui si realizzano nuove estensioni di nomi a dominio, le relative autorità di registrazione prevedono dei periodi di tempo limitati in cui la registrazione dei domini coincidenti con marchi è riservata esclusivamente ai titolari degli stessi (c.d. sunrise period).

Altra ipotesi piuttosto frequente di violazione, in particolare dei marchi molto famosi, è l'impiego degli stessi come "tag" di pagine web che con quei marchi non hanno nulla a che fare. Questa pratica consente di sfruttare la rinomanza di marchi altrui per rendere maggiormente visibili le proprie pagine web.

Questo tipo di comportamento peraltro è ormai unanimemente considerato dai giudici come illecito".



[www.cesareragazzi.com/crl-on-hair/index.jsp](http://www.cesareragazzi.com/crl-on-hair/index.jsp)

# Diventare web testimonial di TOY G e Nomination: Layoutweb lancia la nuova edizione di "Note di Stile"

Creatività, stesura del regolamento e comunicazione sono a cura dell'agenzia. Coinvolta nell'iniziativa Gianna Tani, casting director di Mediaset, che sceglierà le web testimonial insieme a una giuria di esperti.

Layoutweb ha studiato il concept creativo di "Note di Stile", il concorso che vede insieme TOY G e Nomination. Nella nuova edizione del contest ci sarà anche **Gianna Tani**, la signora dei casting Mediaset, che dovrà scegliere le web testimonial insieme a una giuria composta da fashion blogger ed esperti di moda.



Interazione, viralità e moda sono gli elementi su cui ha puntato Layoutweb per dare il via a questa iniziativa, studiata per aumentare le visite al sito e alla pagina Facebook, dare visibilità ai brand e creare passaparola in rete.

La dinamica del concorso è molto semplice: basta registrarsi sul sito [www.notedistile.toyg.it](http://www.notedistile.toyg.it), caricare nell'area riservata una propria foto completa di qualche nota personale e invitare amici e conoscenti a votare. Saranno proprio le preferenze degli utenti a decidere la prima classificata di ogni mese. Inoltre esperti del settore voteranno le prime venti finaliste che sfileranno di fronte a una giuria di qualità presieduta da Gianna Tani. Per diventare web testimonial non conta solo la bellezza, ma anche avere personalità e stile.

In linea con il target la scelta dei premi: in palio ci sono decine di total look TOY G, di gioielli Nomination e per le vincitrici la possibilità di realizzare un book fotografico.

Per quanto riguarda la comunicazione, Layoutweb ha messo in atto un piano capillare, che comprende l'attività di ufficio stampa on line, il costante aggiornamento della pagina Facebook e l'invio di DEM per incentivare la partecipazione. Media partner dell'iniziativa è il magazine femminile [Leiweb.it](http://Leiweb.it) che ospita una speciale rubrica. Sul magazine con le "note di stile" della redazione moda che commenta i look delle partecipanti e presenta i must have di TOY G. ■



[www.notedistile.toyg.it](http://www.notedistile.toyg.it)

**layoutweb**  
w e b a g e n c y

C'è chi vi parla  
di web reputation

Noi la  
costruiamo

**laycleaning**



# layoutweb

w e b a g e n c y

Operazioni  
a premio e  
concorsi.  
Pianifica il  
successo con noi.



Nelle operazioni a premio e nei concorsi con Layoutweb vinci sempre. Come? Grazie alla nostra professionalità e a una gamma di servizi completi che va dalla definizione del piano tecnico, alla gestione delle pratiche legali e amministrative fino alle attività di comunicazione.

**Con noi la fortuna non c'entra,  
contattaci subito!**

[www.layoutweb.it](http://www.layoutweb.it) - [info@layoutweb.it](mailto:info@layoutweb.it)

P.le Dalla Chiesa, 1 - 43121 Parma - Tel. 0521/776970

# Manifestazioni a premio: Layoutweb inaugura il nuovo portale **www.concorsi.layoutweb.it**

Layoutweb dedica un sito all'organizzazione di concorsi e operazioni a premio e si propone a società e imprese come partner altamente specializzato.



Dare visibilità a un marchio, aumentare le visite al sito internet, arricchire il data base dei contatti, supportare un evento oppure fidelizzare i clienti: a seconda dell'obiettivo prescelto lo staff dell'agenzia studia la dinamica del contest, stende il regolamento, predispone tutte le pratiche amministrative necessarie e si occupa anche della definizione di premi in linea con il target.

Ma non solo. Grazie alla propria esperienza in fatto di comunicazione on line e off line, Layoutweb può offrire un servizio di comunicazione che comprende lo sviluppo dei materiali promozionali, la pianificazione di campagne stampa e web e l'attività di viral e social media marketing.

Concorsi e operazioni a premio sono attività molto versatili, che permettono di rivolgersi a un elevato numero di utenti, per questo non conviene affidarsi alla fortuna ma a partner altamente specializzati.



[www.concorsi.layoutweb.it](http://www.concorsi.layoutweb.it)

Organizzare e promuovere un concorso a premi richiede esperienza e professionalità. Per gli utenti che stanno cercando un partner affidabile, Layoutweb ha creato un sito ad hoc dedicato proprio a questo settore ([www.concorsi.layoutweb.it](http://www.concorsi.layoutweb.it)). L'agenzia, infatti, offre un servizio completo e specializzato che dalla fase di ideazione creativa del progetto arriva fino alla sua promozione.

Per valutare la fattibilità di un'iniziativa dal sito è possibile richiedere una consulenza gratuita. Ma non solo. Direttamente on line gli utenti possono consultare la normativa vigente in materia e quali sono le principali sanzioni amministrative da evitare.

In homepage vengono messi in evidenza gli ultimi progetti realizzati dall'agenzia per grandi marchi, fra cui TOY G (Gruppo Pinko) e Sika Italia. Ogni concorso o iniziativa a premio è presentato con una scheda che contiene una breve descrizione delle finalità e della dinamica di partecipazione.



[www.posa-sika.it](http://www.posa-sika.it)

layoutweb  
web agency

C'è chi vi parla  
di PayPerClick

Noi lo usiamo.



Layoutweb è una delle prime agenzie in Italia a diventare **Google AdWords Certified Partner**, la certificazione riconosciuta a livello mondiale che attesta la conoscenza dei principi di base e avanzati della pubblicità su Google.

[www.layoutweb.it](http://www.layoutweb.it) - [info@layoutweb.it](mailto:info@layoutweb.it)

P.le Dalla Chiesa, 1 - 43121 Parma - Tel. 0521/776970

# Layoutweb firma sito e web marketing per **Nilma**

Dopo la pubblicazione del sito è partita l'attività di ufficio stampa on line rivolta a siti e portali in target. Attiva anche la pagina Facebook.

Nilma, azienda italiana che progetta e produce macchine per la ristorazione collettiva e per l'industria alimentare, si è rivolta a Layoutweb per realizzare il nuovo sito internet, mirato ad aggiornare l'immagine dell'azienda in rete e a facilitare la consultazione per gli utenti.

Per quanto riguarda il web design, l'agenzia ha puntato su un progetto grafico molto pulito ed essenziale.

I contenuti dell'albero di navigazione sono stati riorganizzati e rivisti, per consentire agli utenti di trovare con più facilità le informazioni desiderate.

Ogni macchina è dotata di una scheda tecnica ricca di informazioni, scaricabile in formato pdf e di un apposito tool, per richiedere un preventivo.

Attualmente il sito è disponibile nella versione italiana ed inglese, inoltre, è stata realizzata una sezione di e-commerce rivolta ai rivenditori, per l'acquisto dei ricambi.

Infine, Layoutweb ha messo a punto un piano di comunicazione on line che comprende attività di tipo redazionale sui principali siti e portali in target ed è impegnata a gestire l'immagine dell'azienda anche su Facebook, con l'obiettivo di coinvolgere gli utenti. ■



[www.nilma.it](http://www.nilma.it)

## Laylight: on line il nuovo sito

L'agenzia firma la creatività e lo sviluppo web per il marchio di tende per interni che abbina la funzionalità delle tende tecniche alla creatività dei tessuti.

Layoutweb ha curato concept e sviluppo del sito web dedicato alle tende per interni Laylight, progettate con l'intento di abbinare la funzionalità della schermatura tecnica e il tessuto come elemento di arredo.

Prendendo spunto dal pay off del marchio "Arredare con classe, emozionare con la luce", la web agency ha sviluppato il web design del sito, che mette in evidenza l'eleganza delle collezioni, la qualità delle finiture e dei tessuti, creati dai migliori artigiani italiani.

Ma non è tutto. Grazie a un software di configurazione, gli utenti possono "progettare" su misura la propria tenda, scegliendo i componenti.

Al termine della configurazione, gli utenti registrati hanno subito un prezzo indicativo, per tutti gli altri c'è la possibilità di chiedere un preventivo per il proprio "progetto" Laylight. ■



[www.laylight.it](http://www.laylight.it)

# Premio Web Italia: riconoscimento alla carriera per **Layoutweb**

Il premio è stato consegnato a Pescara venerdì 11 maggio nell'ambito del WebFest 2012. Alla cerimonia una delegazione dell'agenzia.

In occasione del Decennale del Premio Web Italia, la Direzione del Concorso ha deciso di assegnare un tributo speciale alla carriera a Layoutweb e a tutti quelli che, negli anni dal 2002 al 2012, hanno contribuito ad esaltare il senso estetico, il design, la creatività, il linguaggio e l'innovazione, come elementi distintivi della cultura e dello stile italiano.

Nei dieci anni passati, le giurie di Premio Web Italia hanno valutato oltre 50.000 progetti web e assegnato, nelle varie edizioni, oltre 300 Awards nelle varie discipline e specializzazioni della comunicazione web. Quest'anno, per la prima volta, al PWI sono stati consegnati premi a persone ed organizzazioni italiane e straniere, col fine di testimoniare la loro esemplare carriera e costituire un prestigioso stimolo e modello soprattutto per la nuova generazione dei "nativi digitali".

La cerimonia di consegna si è svolta all'Aurum – la fabbrica delle idee durante una cena di gala. A ritirare il premio per Layoutweb è stato Claudio Agazzi, president e managing director, accompagnato dalle communication consultant Anna La Greca e Valentina Rossi.

*“Siamo davvero molto soddisfatti di aver ricevuto questo riconoscimento alla carriera – dichiara Agazzi - L'agenzia è nata nel 1983, fondata da Luca Pardini, mio attuale socio, e altri due neo diplomati dell'istituto d'arte. Negli anni l'agenzia ha vissuto diverse fasi: la prima legata alla grafica tradizionale, la seconda alla comunicazione classica, infine, la terza incentrata su internet e i media digitali. Da quando è “arrivato” il web ci siamo concentrati molto su questo media, occupandoci non solo di grafica ma anche dei suoi molteplici aspetti tecnici. Il web per noi è soprattutto questo: competenze*

*specifiche e strategie mirate, nessuna improvvisazione.*

*Questo premio è un riconoscimento importante che ci conferma nel lavoro svolto fino ad oggi, infatti, stiamo portando avanti progetti ambiziosi nel settore fashion, salute e bellezza, e alimentare”.*

Le strade del Premio Web Italia e di Layoutweb non si sono incontrate per la prima volta questa primavera. Nel 2009 l'agenzia ha conquistato la giuria con un sito dedicato agli impianti domotici, mentre nel 2010 è arrivata in finale con il portale realizzato per Enìa spa (oggi Iren Emilia), la multiutility nata nel 2005 dalla fusione delle aziende municipalizzate di Reggio Emilia, Parma e Piacenza. ■



## Quelli che... il Premio Web Italia

Della parte ufficiale vi abbiamo già detto tutto, di quella "ufficiosa" potete trovare tutto qui. Una nutrita delegazione dell'agenzia, infatti, è partita da Parma di primo mattino per essere presente all'evento. Il gruppo, composto da Sara, Laura, Elisa, Adelia, Elena, Valentina e Anna, ha partecipato ai seminari del WebFest per scoprire i nuovi trend del settore... ma complice la bella giornata e il mare di Pescara tra un incontro e l'altro c'è stata anche una puntata in spiaggia. Voci di corridoio parlano anche di shopping e di ore piccole dopo il concerto che ha chiuso la serata ufficiale.



## Quelli che... l'HTML 5

Laura, Sara, Tatiana, Elysaveta, Luca e Ferruccio sono il team che ha partecipato a un corso dedicato all'approfondimento dei linguaggi più innovativi esistenti in fatto di realizzazione di siti internet e web application. Questi linguaggi - HTML5 e CSS3, che sono ancora in fase di codifica - già oggi consentono di sviluppare web application compatibili con tutti i dispositivi mobile di ultima generazione e di realizzare siti internet più orientati all'indicizzazione sui motori di ricerca.

Il mondo mobile è sicuramente l'area in maggiore espansione e l'utilizzo di HTML5 consente operazioni che fino a pochi anni fa parevano impossibili, come la geolocalizzazione dell'utente per offrire contenuti on demand e possibilità di usufruire di web application offline.



# Image&Action<sup>7</sup>

**Image&Action**

è una testata di proprietà  
di Layout Advertising Group

**Direttore responsabile: Claudio Agazzi**

Redazione: Simona Bonati

Hanno collaborato a questo numero:  
Anna La Greca, Valentina Rossi,  
Vanessa Sau, Martina Sansone, Cristina Valenti.

Produzione: Valentina Gennari

Art Direction: Luca Pardini



**layoutadvertising**group  
agenzia pubblicitaria

[www.layout.it](http://www.layout.it)  
[info@layout.it](mailto:info@layout.it)



**layoutweb**  
web agency

[www.layoutweb.it](http://www.layoutweb.it)  
[info@layoutweb.it](mailto:info@layoutweb.it)

