



RASSEGNA STAMPA

Maggio 2017

Con #BaBylissForMosca E3 porta BaByliss For Men alla ribalta sui social

INDICE

2017.05.31 **DailyNet**

CON #BABYLISFORMOSCA E3 PORTA FOR MEN ALLA RIBALTA SUI SOCIAL NETWORK

2017.05.31 **Pubbli.comnow!**

E3 FIRMA IL PROGETTO VIRALE "BABYLISFORMOSCA" E COINVOLGE MOSCARDELLI

2017.05.31 **Pubblicità Italia Today**

CON #BABYLISFORMOSCA E3 PORTA BABYLIS FOR MEN ALLA RIBALTA SUI SOCIAL

2017.05.30 **Adcgroup.it**

GRUPPO DIGITOUCH: E3, DOPO LA VITTORIA DELLA GARA, PORTA BABYLIS FOR MEN ALLA RIBALTA SUI SOCIAL

2017.05.30 **Engage.it**

DAVIDE MOSCARDELLI PROTAGONISTA SUI SOCIAL CON BABYLIS FOR MEN. FIRMA E3

2017.05.30 **Milanofinanza.it**

DIGITOUCH: E3 HA CURATO PROGETTO VIRALE BABYLISFORMOSCA

2017.05.30 **TgCom24.Mediaset.it**

DIGITOUCH: E3 HA CURATO PROGETTO VIRALE BABYLISFORMOSCA

Brand Con #BaBylissForMosca E3 porta For Men alla ribalta sui social network

L'agenzia ha ideato e curato un progetto virale per far conoscere il brand all'universo maschile

E3, l'agenzia di marketing parte di Gruppo DiggiTouch, ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana leader nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, un progetto virale centrato sul coinvolgimento di Davide Moscardelli, famos calciatore oggi attaccante e capitano dell'Arezzo, in qualità di brand ambassador.

Con l'obiettivo di aumentare la brand awareness e raggiungere un target maschile giovane e alla moda, E3 ha proposto un progetto che lega l'immagine di BaByliss For Men a un mito della rete per le community di appassionati di calcio. Agganciandosi alla presunta dichiarazione secondo cui Moscardelli avrebbe avuto l'intenzione di tagliare la folta barba, se l'Arezzo fosse passato in Serie B, l'agenzia

ha ideato e sviluppato un progetto virale, che vede il brand come partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un elevato volume di conversazione in rete.

Iniziato a fine aprile, il progetto si è articolato in tre fasi: una prima fase, teaser, che ha innescato un gioco di botta e risposta sui social media tra BaByliss for Men e Davide Moscardelli e che i fan hanno potuto



to seguire e arricchire con like, commenti e condivisioni a suon di hashtag #BaBylissForMosca; una seconda fase scattata con l'esito del campionato e che ha previsto una diretta Facebook e infi-

ne una terza fase in cui il brand ha trasmesso il momento in diretta tramite Facebook Live con la propria pagina. 21BE è l'agenzia che ha intermediato e reso possibile la collaborazione.

098

Brand Con #BaBylissForMosca E3 porta For Men alla ribalta sui social network

L'agenzia ha ideato e curato un progetto virale per far conoscere il brand all'universo maschile

email marketing
email platform
performance marketing

8

SOCIAL

E3 firma il progetto virale "BaBylissForMosca" e coinvolge Moscardelli

E3, l'agenzia di marketing esperienziale del Gruppo DigiTouch, ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, il progetto virale "BaBylissForMosca", centrato sul coinvolgimento di Davide Moscardelli, calciatore attaccante e capitano dell'Arezzo, per aiutare il brand a connotarsi con il mondo del grooming maschile. "BaBylissForMosca" si inserisce nella collabora-

zione che E3 ha attivato con Conair Italia in seguito alla gara vinta per la gestione strategica e operativa della comunicazione sui social media dei brand BaByliss Paris e BaByliss for Men indicata dal brand nel primo quarter dell'anno. Il progetto ha avuto il suo culmine il 29 maggio quando in una diretta Facebook, con un'elevata interazione e condivisione, Davide Moscardelli si è regolato la barba. Agganciandosi alla presunta dichiarazione secondo cui il calciatore si sarebbe taglia-



to la barba se l'Arezzo fosse passato in serie B, l'agenzia ha ideato e sviluppato un progetto virale, che ha visto il brand partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un elevato volume di conversazione in rete. Iniziato a fine aprile, il progetto si è articolato in tre fasi: un teaser, che ha innescato un gioco di botta e risposta sui social media tra BaByliss for Men e Davide Moscardelli e che

i fan hanno potuto seguire e arricchire con like, commenti e condivisioni a suon di hashtag #BaBylissForMosca; una seconda fase scattata con l'esito del campionato e che ha previsto una diretta Facebook e infine una terza fase in cui il brand ha trasmesso il momento in diretta tramite Facebook Live con la propria pagina. 21BE è l'agenzia che ha intermediato e reso possibile la collaborazione.

Publicis Italia invita a dedicare le strade dei paesi italiani agli eroi locali viventi

E3 firma il progetto virale "BaBylissForMosca" e coinvolge Moscardelli

L'AGENZIA HA IDEATO E CURATO UN PROGETTO VIRALE PER FAR CONOSCERE IL BRAND ALL'UNIVERSO MASCHILE

CON #BABYLISSFORMOSCA E3 PORTA BABYLISS FOR MEN ALLA RIBALTA SUI SOCIAL

A seguito di una gara indetta da **Conair Italy**, filiale italiana della multinazionale americana attiva nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, **E3** si è aggiudicata il progetto per la gestione strategica e operativa della comunicazione sui social media del brand **BaByliss Paris** e **BaByliss for Men**. E3, l'agenzia di marketing esperienziale acquisita a luglio 2015 dal **Gruppo DigitalTouch**, ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana leader nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, un progetto virale centrato sul coinvolgimento del calciatore dell'Arezzo **Davide Moscardelli**, in qualità di brand ambassador. Agganciandosi alla presunta

dichiarazione secondo cui Moscardelli avrebbe avuto l'intenzione di tagliare la folta barba, se l'Arezzo fosse passato in Serie B, l'agenzia ha ideato e sviluppato un progetto virale, che vede il brand come partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un elevato volume di conversazione in rete. Iniziato a fine aprile, il progetto si è articolato in tre fasi: una prima fase, teaser, che ha innescato un gioco di botta e risposta sui social media tra BaByliss for Men e Davide Moscardelli e che i fan hanno potuto seguire e arricchire con like, commenti e condivisioni a suon di hashtag #BaBylissForMosca; una seconda fase scattata con l'esito del campionato e che ha previsto una diretta Facebook e infine una terza fase

in cui il brand ha trasmesso il momento in diretta tramite Facebook Live con la propria pagina. Di partita in partita, BaByliss for Men ha dimostrato il proprio supporto a Moscardelli e alla sua squadra con dei post dedicati su Facebook. Anche se l'Arezzo non è passato in Serie B, Moscardelli ha deciso di regolarsi la barba. "Siamo molto soddisfatti di questo progetto perché ha dato un'elevata visibilità a BaByliss for Men e perché è stato in grado di coinvolgere ed emozionare il pubblico, aumentando il sentimento positivo nei confronti del nostro brand. La scelta del testimonial è stata vincente nell'ottica di connotare il nostro brand con un'icona dell'universo maschile in target con i nostri prodotti e potrebbero esserci altri spazi di collaborazione in futuro"



Davide Moscardelli

ha commentato **Laura De Bonis**, direttrice marketing di BaByliss. "Che i social media abbiano un'elevata capacità di amplificare le notizie in rete è un fatto indiscusso ma per riuscire davvero in questa mission è importante ideare dei progetti social basati sul real-time marketing. L'idea di cavalcare un trend del momento, legato alla dichiarazione di Moscardelli, e lo sviluppo di un efficace piano editoriale a supporto, hanno agito proprio in questa direzione, portando a BaByliss for Men un risultato concreto, di valore" ha commentato **Federico Ceccarelli**, direttore clienti di E3.



GRUPPO DIGITOUCH: E3, DOPO LA VITTORIA DELLA GARA, PORTA BABYLISS FOR MEN ALLA RIBALTA SUI SOCIAL CO

Agganciandosi alla presunta dichiarazione secondo cui il calciatore avrebbe avuto l'intenzione di tagliare la folta barba, se l'Arezzo fosse passato in Serie B, l'agenzia ha ideato e sviluppato un progetto virale, che vede il brand come partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un elevato volume di conversazione in rete.

E3, l'agenzia di marketing esperienziale acquisita a luglio 2015 dal Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia e uno dei maggiori player indipendenti italiani attivi nel digital marketing), ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana specializzata nella produzione di apparecchiature elettroniche per haircare e body-care, un progetto virale centrato sul coinvolgimento di Davide Moscardelli, calciatore attaccante e capitano dell'Arezzo, in qualità di brand ambassador.

Con il brand BaByliss For Men, Conair presidia in Europa il mondo del grooming maschile. Con l'obiettivo di aumentare la brand awareness e raggiungere un target maschile giovane e alla moda, E3 ha proposto un progetto che lega l'immagine di BaByliss For Men a un mito della rete per le community di appassionati di calcio. Agganciandosi alla presunta dichiarazione secondo cui Davide Moscardelli avrebbe avuto l'intenzione di tagliare la folta barba, se l'Arezzo fosse passato in Serie B, l'agenzia ha ideato e sviluppato un progetto virale, che vede il brand come partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un elevato volume di conversazione in rete.

Iniziato a fine aprile, il progetto si è articolato in tre fasi : una prima fase, teaser, che ha innescato un gioco di botta e risposta sui social media tra BaByliss for Men e Davide Moscardelli e che i fan hanno potuto seguire e arricchire con like, commenti e condivisioni a suon di hashtag #BaBylissForMosca; una seconda fase scattata con l'esito del campionato e che ha previsto una diretta Facebook e infine una terza fase in cui il brand ha trasmesso il momento in diretta tramite Facebook Live con la propria pagina.

Di partita in partita, BaByliss for Men ha dimostrato il proprio supporto a Moscardelli e alla sua squadra con dei post dedicati su Facebook. Anche se l'Arezzo non è passato in Serie B, Moscardelli ha deciso di regolarsi la barba.

«Siamo molto soddisfatti di questo progetto perché ha dato un'elevata visibilità a BaByliss for Men e perché è stato in grado di coinvolgere ed emozionare il pubblico, aumentando il sentiment positivo nei confronti del nostro brand. La scelta del testimonial è stata vincente nell'ottica di connotare il nostro brand con un'icona dell'universo maschile in target con i nostri prodotti e potrebbero esserci altri spazi di collaborazione in futuro» ha commentato Laura De Bonis, direttrice marketing di BaByliss.

«Che i social media abbiano un'elevata capacità di amplificare le notizie in rete è un fatto indiscusso ma per riuscire davvero in questa mission è importante ideare dei progetti social basati sul real-time marketing. L'idea di cavalcare un trend del momento, legato alla dichiarazione di Moscardelli, e lo sviluppo di un efficace piano editoriale a supporto, hanno agito proprio in questa direzione, portando a BaByliss for Men un risultato concreto, di valore» ha commentato Federico Ceccarelli, direttore clienti di E3.

Il progetto si inserisce nella collaborazione che E3 ha attivato con Conair Italy in seguito alla gara vinta per la gestione strategica e operativa della comunicazione sui social media dei brand BaByliss Paris e BaByliss for Men indetta dal brand nel primo quarter dell'anno. 21BE è l'agenzia che ha intermediato e reso possibile la collaborazione.

by Edimaker

Cerca su Engage



30/05/2017

[Campagne](#) [Media](#) [Tecnologia](#) [Aziende](#) [Agenzie](#) [Datacenter](#) [Eventi](#) [Mobile](#) [Social](#) [Ricerche](#)[Agenda](#) [Jobs](#) [Privacy](#) [Contatti](#)

■ SOCIAL

Davide Moscardelli protagonista sui social con BaByliss For Men. Firma E3

L'agenzia ha ideato e curato un progetto virale per far conoscere il brand all'universo maschile, cavalcando un trend della rete

di **Caterina Varpi** 30 maggio 2017



Davide Moscardelli

E3 ha realizzato per **Conair Italy**, filiale italiana della multinazionale americana attiva nella produzione di apparecchiature elettroniche per haircare e body-care, un progetto virale centrato sul coinvolgimento di **Davide Moscardelli**, calciatore attaccante e capitano dell'**Arezzo**, in qualità di brand Ambassador per **BaByliss For Men**.

Ultimi Articoli

■ AGENZIE

77Agency vince la gara per la comunicazione digital di Leolandia

■ CAMPAGNE

I 10 spot più belli con Francesco Totti protagonista

■ AGENZIE

Simone Masè è il nuovo Ceo di Saatchi & Saatchi Italia

PROGRAMMATIC ITALIA

Business diversificati o poche (grosse) fonti di ricavi? Ecco come si muovono le 5 aziende tecnologiche top

■ AGENZIE

GroupM, Beduschi: «Quest'anno il focus è sul new business»

Con l'obiettivo di aumentare la brand awareness e raggiungere un target maschile giovane e alla moda, l'agenzia del **Gruppo Digitouch**, scelta da Conair a seguito di una gara a marzo ([leggi l'articolo](#)), ha proposto un progetto che lega l'immagine di BaByliss For Men a un mito della rete per le community di appassionati di calcio.

Agganciandosi alla presunta dichiarazione secondo cui Moscardelli avrebbe avuto l'intenzione di tagliare la folta barba, se l'Arezzo fosse passato in Serie B, l'agenzia ha ideato e sviluppato un progetto virale, che vede il brand come partner sostenitore della promessa del calciatore e che ha generato un **elevato volume di conversazione in rete**.

Iniziato a fine aprile, il progetto si è articolato in **tre fasi**: una prima fase, **teaser**, che ha innescato un gioco di botta e risposta sui social media tra BaByliss for Men e Davide Moscardelli e che i fan hanno potuto seguire e arricchire con like, commenti e condivisioni a suon di hashtag #BaBylissForMosca; una seconda fase scattata con l'esito del campionato e che ha previsto una **diretta Facebook** e infine una terza fase in cui il brand ha trasmesso il **momento in diretta tramite Facebook Live** con la propria pagina.

«Siamo molto soddisfatti di questo progetto perché ha dato un'elevata visibilità a BaByliss for Men e perché è stato in grado di coinvolgere ed emozionare il pubblico, aumentando il sentiment positivo nei confronti del nostro brand. La scelta del testimonial è stata vincente nell'ottica di connotare il nostro brand con un'icona dell'universo maschile in target con i nostri prodotti e potrebbero esserci altri spazi di collaborazione in futuro» ha commentato **Laura De Bonis**, direttrice marketing di BaByliss.

«Che i social media abbiano un'elevata capacità di amplificare le notizie in rete è un fatto indiscusso ma per riuscire davvero in questa mission è importante ideare dei progetti social basati sul **real-time marketing**. L'idea di cavalcare un trend del momento, legato alla dichiarazione di Moscardelli, e lo sviluppo di un efficace piano editoriale a supporto, hanno agito proprio in questa direzione, portando a BaByliss for Men un risultato concreto, di valore» ha commentato **Federico Ceccarelli**, direttore clienti di E3.

21BE è l'agenzia che ha intermediato e reso possibile la collaborazione.

■ AZIENDE

Perfetti Van Melle, in gara il media di Vigorsol

■ AGENZIE

Eggers 2.0 vince la gara per la comunicazione di Abbonamento Musei.it 2017

■ AZIENDE

Nissan Italia: Sandro Sarlo è il nuovo Marketing General Manager

■ AGENZIE

BizUp: Francesco Giudici nuovo Client Director e più di 10 posizioni aperte

■ AGENZIE ■ TECNOLOGIA

Refine Direct, crescono i clienti e arrivano nuove funzionalità. Al via le prime campagne internazionali

Sullo Stesso Argomento:



GIORNALE & TV PRIMI IN BUSINESS & FINANZA

Accedi | Registrati | Abbonati

Newsletter | Status Utente

Mercoledì 31 Maggio 2017 - Ore 15:02

Sfogliala online il numero di oggi

Home | Edicola | Italia | Europa | Mondo | MF Dow Jones | Mercati | Strumenti | Tecnologia | Lifestyle | Opinioni | Investimenti | Video | Live TV

NEWS

30/05/2017 13:57

TUTTE LE NEWS | INDIETRO

MF DOW JONES

Digitouch: E3 ha curato progetto virale BaBylissForMosca



VOTA ★★★★★ 0 VOTI

MILANO (MF-DJ)—E3, l'agenzia di marketing del gruppo **Digitouch** (società quotata sul mercato Aim Italia e uno dei maggiori player indipendenti italiani attivi nel digital marketing), ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana leader nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, il progetto virale BaBylissForMosca. Il progetto, spiega una nota, è centrato sul coinvolgimento di Davide Moscardelli, calciatore attaccante e capitano dell'Arezzo, in qualità di brand ambassador. com/fus marco.fusi@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

**Digitouch** virale **BaBylissForMosca** Aim Italia curato progetto

Potrebbero interessarti anche

Le News più lette

Tutte

1. **FtseMib future: spunti operativi per mercoledì 31 maggio**
31/05/2017
2. **Unicredit: nuova correzione, ricoperto il gap a 15,47 euro**
30/05/2017
3. **Messina, se Intesa ridurrà filiali uscite solo volontarie**
30/05/2017
4. **Ftse Mib poco mosso, Carige sotto pressione**
31/05/2017
5. **Banche venete, no di Atlante ma il Mef continua a trattare. Nuovi cda giovedì**
30/05/2017

Le News piu' commentate

Tutte

1. **Unicredit: forzata anche la soglia psicologica dei 16 euro**
05/05/2017
2. **Unicredit: fondamentale la tenuta di 15-14,95 euro**
03/05/2017

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

DIGITOUCH: E3 HA CURATO PROGETTO VIRALE BABYLISSFORMOSCA

30/05/2017 13:57

MILANO (MF-DJ)--E3, l'agenzia di marketing del gruppo Digitouch (società quotata sul mercato Aim Italia e uno dei maggiori player indipendenti italiani attivi nel digital marketing), ha proposto e realizzato per Conair Italy, filiale italiana della multinazionale americana leader nella produzione di apparecchiature elettroniche per hair-care e body-care, il progetto virale BaBylissForMosca. Il progetto, spiega una nota, è centrato sul coinvolgimento di Davide Moscardelli, calciatore attaccante e capitano dell'Arezzo, in qualità di brand ambassador. com/fus-marco.fusi@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS