



## Adv La generosità di Sir Tim Berners Lee e la curiosità di Fazio negli spot istituzionali Tim di Leagas Delaney

I primi due film corporate di lancio del rebranding della compagnia sono on air dallo scorso weekend, mentre il 25 Maxus inizierà a pianificare anche quello con Pif protagonista. Dirige il pluripremiato Michael Hausman, produce Think Cattleya

di Vittorio Parazzoli

Come preannunciato da DailyMedia di giovedì scorso - dove ne sono stati mostrati anche degli "assaggi" di 7 secondi - sono on air dallo scorso weekend i primi due dei tre spot istituzionali che Leagas Delaney Italia ha ideato per la nuova campagna di rebranding di Tim, preannunciata il giorno precedente a Roma. I commercial, realizzati sull'asse Milano-Londra con direzione creativa esecutiva di Tim Delaney, Stefano Campora e Stefano Rosselli, vedono come protagonisti altrettanti testimonial d'eccezione, diretti dal pluripremiato Michael Hausman con produzione di Think Cat-



tleya: il primo, Sir Tim Berners-Lee, l'uomo che 25 anni fa inventò il World Wide Web e che, comprendendone le potenzialità rivoluzionarie, lo regalò al mondo, parla di cosa significa essere generosi oggi. Ci mostra un mondo in cui le idee fluiscono libere e si mischiano, convergono, per diventare qualcosa di

più grande; un mondo in cui il sapere condiviso e la capacità di ascoltare gli altri può davvero far fare un salto di qualità all'intera umanità. Nel secondo, Fabio Fazio, osservatore sofisticato e intelligente della società italiana in tutti i suoi aspetti, dai più leggeri ai più profondi, si interroga su quali possibilità si stan-

no aprono ora che siamo liberi di esprimerci, comunicare e imparare in modi completamente nuovi. Possiamo tornare a essere come dei bambini aperti a ogni possibilità? Possiamo finalmente realizzare tutto il nostro potenziale inespresso? E domani? Che futuro straordinario ci aspetta? Il terzo, con Pif, verrà pianificato da Maxus a partire dal 25 gennaio. Gli spot sono supportati online da una serie di contenuti extra disponibili sul sito tim.it/connessi oggi con approfondimenti inediti, il backstage e le interviste ai testimonial, tra cui una dello stesso Fazio a Sir Berners-Lee realizzata a 360 gradi. Offline, la campagna si sviluppa anche in esterna sul territorio nazionale.

## Poltrone Christian D'Aversa è stato nominato partner e head of sales and marketing di Tykli, partecipata da Orizzonte SGR

Il manager affianca i soci fondatori della piattaforma tecnologica di big data e advanced analytics, occupandosi in particolare delle attività di marketing e della commercializzazione della omonima soluzione della start up torinese

Tykli, piattaforma tecnologica di big data e advanced analytics, partecipata da Orizzonte SGR, ha annunciato l'ingresso in società in qualità di partner di Christian D'Aversa, che assume contestualmente il ruolo di head of sales and marketing. D'Aversa, 45 anni, laurea in Ingegneria presso il Politecnico di Torino, avrà l'incarico di affiancare i soci fondatori di

Tykli, startup nata a Torino nel 2012, nello sviluppo del business della società, occupandosi in particolare del marketing e della commercializzazione della omonima soluzione. Grazie a una ventennale esperienza professionale, D'Aversa porta in Tykli la conoscenza di mercati internazionali e la capacità di capire le esigenze di business dei clienti al fine di

abilitare processi strategici di trasformazione It. Prima di entrare in Tykli, infatti, D'Aversa ha ricoperto il ruolo di regional sales director South Europe in eBay, con la responsabilità dello sviluppo del business sui grandi clienti in Italia e in Spagna, ed è stato country director della divisione ECM di EMC Italia, maturando esperienze soprattutto in ambito ban-



cario, sanità e energy; prima ancora ha guidato la filiale di TIBCO consolidan-

do la leadership nei mercati del BPM, SOA e analytics in Italia e in Turchia.