

35  
anni con

# DailyMedia

quotidiano della comunicazione  
anno XXXV mercoledì 23 ottobre 2024

numero **181**

Direttore Responsabile: Vittorio Parazzoli  
Redazione: Silvia Antonini - Antonella Rocca  
Realizzazione Grafica: Alessandro Fiore - Lorenzo de Grassi  
Abbonamenti e Ufficio Commerciale: Cinzia Maccioni

Aut. Trib. Me. N.612/90  
Diffusione digitale - NewsCo Multimedia Srl  
Viale Teodorico 19/2, 20149 Milano Tel. 0209951210  
Redazione: redazione@dailymedia.it  
Abbonamenti e Ufficio Commerciale: cmaccioni@newsco.it  
R.O.C. n°18866

ANPES  
GENERAL



Il CEO Yannick Bolloré

## Havas: ricavi per oltre 2 miliardi, in crescita dell'1,8%, nei primi 9 mesi, ma il Q3 rallenta

25

### IMMAGINARIO

*"La libertà non si acquista, si noleggia", dicono CarCloud e il Governo Meloni sui migranti in Albania (V.P.)*



Il CEO Massimo Sala

## Gruppo BBoard: l'headquarter raddoppia gli spazi e si consolida il percorso verso la trasformazione in Società Benefit

3



Il CEO Philippe Krakowsky

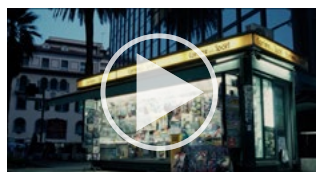
## IPG: nel Q3 fatturato netto organico invariato rispetto all'anno precedente; nei nove mesi crescita organica dell'1%

28

Carrefour: rilancia "Act for Food" con la campagna globale di Publicis Conseil; a +10% il budget 2024 **5**



Cento anni del Corriere dello Sport: successo per l'evento di presentazione del docufilm "Eroici!", atteso su Rai **7**



Fiat 500e Giorgio Armani Collector's Edition: il lancio con il claim "Don't drive it, wear it" è firmato 777 **16**



**DailyOnAir**  
The Sound of Adv

Oggi alle ore 12.00  
**INTERVISTIAMO**  
Paolo Pettinato  
Founder di Cognitive





## Industry Gruppo BBoard: l'headquarter raddoppia gli spazi e si consolida il percorso verso la trasformazione in Società Benefit

Il Chief Executive Officer Massimo Sala illustra le nuove iniziative dell'azienda con focus sostenibilità



con un approccio eco-sostenibile: dalle soluzioni di brand activation che utilizzano materiali riciclabili, ai servizi di noleggio e vendita di espositori refrigerati di nuova generazione, dotati di sistemi di risparmio energetico e gas ecologici. Questo impegno è parte integrante della mission aziendale, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030. Un traguardo imminente per il Gruppo è l'ottenimento delle certificazioni ISO 9001 e della Parità di Genere, previste entrambe per novembre, quando avranno luogo i primi audit. "Stiamo seguendo un percorso di certificazione che riteniamo fondamentale per la crescita aziendale. Contiamo di completare l'iter entro il 2025, diventando una Società Benefit a tutti gli effetti", afferma Sala.

### Il nuovo assetto societario e la nascita del Gruppo BBoard

Un'altra tappa rilevante nella recente evoluzione del Gruppo è stata la riorganizzazione interna, che ha portato alla creazione di due distinte business unit: BBoard Com e BBoard Services, entrambe riunite sotto la nuova holding Gruppo BBoard. "BBoard, abbreviazione di Blackboard, rappresenta per noi la metafora di una lavagna su cui progettiamo soluzioni personalizzate per i nostri clienti", spiega Sala. "Negli anni, abbiamo visto una crescente domanda di servizi legati agli espositori refrigerati destinati alla GDO, un settore in cui vantiamo competenze di alto livello e una vision che mette l'innovazione al centro del nostro percorso di crescita. Per rispondere efficacemente a queste esigenze, abbiamo separato le nostre attività in due aree distinte, ognuna con una chiara identità e un core business ben definito". BBoard Com si focalizza sulla promozione dei brand, ideazione di shopper experience, field marketing all'interno della GDO. Dall'altra parte, BBoard Services è specializzata nella promozione dei prodotti freschi e surgelati attraverso la gestione e il noleggio di espositori refrigerati. "Un mondo in cui vediamo un grande potenziale in parte inespresso per i brand - conclude Sala -. La nostra proposta al mercato, infatti, è far sì che la vasca diventi un canale media a disposizione del mondo retail, attraverso l'utilizzo di monitor tecnologicamente sempre più avanzati. Grazie al nostro know how offriamo servizi completi che includono ricerca delle soluzioni più innovative a partire dal conversational signage applicato agli espositori refrigerati con monitor, così da offrire ai nostri clienti e partner un nuovo strumento efficace di retail media".

Il Gruppo BBoard, leader nel settore delle soluzioni di field marketing e attivazioni in-store, ha intrapreso un percorso di crescita e trasformazione significativo. La sede aziendale di Melzo è stata recentemente ampliata, raddoppiando gli spazi operativi grazie all'aggiunta di un piano adiacente, speculare a quello esistente. Questo ampliamento non rappresenta solo un incremento delle aree, ma segna anche un cambiamento radicale nell'approccio al lavoro e alla sostenibilità. Gli uffici sono stati progettati con una forte attenzione all'ecosostenibilità e al benessere dei dipendenti. Nuove aree relax, postazioni dedicate ai freelance e spazi di lavoro condivisi sono stati realizzati per promuovere una cultura aziendale moderna e collaborativa. L'interior design prevede l'uso di materiali naturali e sostenibili, come pareti in legno e spazi colorati di verde, in linea con la visione "green" del Gruppo. Inoltre, sono stati installati erogatori d'acqua collegati a sistemi di depurazione, e i frigoriferi sono equipaggiati esclusivamente con bottiglie di vetro riutilizzabili. Massimo Sala, CEO di BBoard, ha dichiarato: "Abbiamo intrapreso con decisione il percorso

verso una sostenibilità integrata all'interno della nostra azienda. Questo cambiamento non solo migliora l'ambiente lavorativo, ma rafforza anche il nostro impegno verso uno sviluppo più consapevole. La crescita del nostro business richiedeva un impulso positivo e la sostenibilità è il fondamento di questa trasformazione". Il Gruppo BBoard, con i suoi 26 dipendenti e una rete di collaboratori esterni, offre soluzioni innovative per i brand operanti nella grande distribuzione organizzata (GDO). Che si tratti di promuovere prodotti freschi e surgelati attraverso espositori refrigerati o di sviluppare campagne promozionali per altre categorie merceologiche, BBoard studia soluzioni su misura per i propri partner, che includono realtà di prestigio internazionale come Mondelez, Lavazza, Danone e Ferrero.

### L'impegno verso la sostenibilità e le certificazioni internazionali

La sostenibilità è da tempo al centro delle strategie operative del Gruppo BBoard, sia nelle attività quotidiane che nelle relazioni con i propri stakeholder. Tutti i servizi offerti sono pensati