

LA CAMPAGNA "CI RISENTIAMO A SETTEMBRE" È STATA IDEATA E PRODOTTA DALL'AI

DATAMONEY PORTA LA PUBBLICITÀ "IN VACANZA" CON 43 CREATIVITÀ E ZERO EURO DI ADV

L'intelligenza artificiale non va in ferie. Anzi, ad agosto prende il posto dei creativi e lancia una campagna pubblicitaria che ironizza proprio su se stessa. È l'idea alla base di "Ci risentiamo a settembre", progetto realizzato da **Datamoney.ch** e presentato come la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica: 43 creatività pubblicate nell'arco di un mese e mezzo su undici piattaforme social, senza investimenti in advertising. La campagna, partita il 5 agosto, accompagna l'estate in tre momenti: la partenza per le vacanze, il cuore di agosto raccontato attraverso parodie di grandi film e, infine, il ritorno al lavoro. Tra i soggetti figurano le reinterpretazioni de



Il Padrino, con "Gli faremo un'agente che non potrà rifiutare", di Fantozzi, con "L'agente è una corazzata pazzesca", e di *Terminator*, con "L'agente tornerà. E stavolta lavora per te". Il progetto è stato sviluppato con la supervisione umana di **Michele Ficara Manganelli**, direttore esecutivo di **Datamoney.ch**, a

partire da un'idea nata durante una vacanza in Grecia. La campagna è stata distribuita su Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube, X, Threads, Substack e Telegram, coinvolgendo sia i profili aziendali sia quelli personali del direttore. Tutto senza acquistare spazi pubblicitari. F.C.

A IFA 2026. FINO AL 9 SETTEMBRE

HISENSE RINNOVA LA PARTNERSHIP CON UEFA FINO A EURO 2028

A IFA 2026, il principale appuntamento mondiale dedicato agli elettrodomestici e all'elettronica di consumo, **Hisense** presenta la propria visione per l'era dell'intelligenza artificiale: elettrodomestici che evolvono da dispositivi passivi ad assistenti intelligenti per la smart home, capaci di anticipare le esigenze degli utenti. Anche il calcio ha avuto un ruolo importante nel rafforzare la notorietà del brand: per questo Hisense proseguirà la propria partnership con **UEFA** anche in occasione di UEFA EURO 2028. A IFA, Hisense presenta inoltre V AIOS, la nuova generazione del sistema operativo per la casa connessa, che utilizza l'intelligenza artificiale per gestire l'intero ambiente

domestico, facendo leva su oltre dieci anni di esperienza con le piattaforme VIDAA e ConnectLife, con un'attenzione particolare a privacy ed elaborazione locale dei dati tramite Edge AI. Con 41 stabilimenti produttivi e 65 società nel mondo, Hisense si è affermata nell'ultimo decennio come uno dei brand globali a più rapida crescita, presente in oltre 160 mercati: i ricavi complessivi sono raddoppiati, raggiungendo 31,4 miliardi di dollari nel 2025. Nel 2016 Hisense è stato il primo sponsor cinese nella storia di UEFA EURO, e da allora la partnership si è rafforzata fino a UEFA EURO 2024, quando il brand ha fornito gli schermi



VAR ufficiali del torneo. **Catherine Fang**, VP di Hisense Group, dichiara: «Le grandi partnership si costruiscono nel tempo, e il nostro percorso con UEFA riflette proprio questa convinzione».

SUBENTRA A PIERRE CORDIER

PHILIPPE-HENRI BURLISSON NUOVO AD DI GROUPAMA ASSICURAZIONI

Il Consiglio di Amministrazione di **Groupama Assicurazioni** ha nominato, all'unanimità e con effetto immediato, **Philippe-Henri Burlisson** nel ruolo di Amministratore Delegato e Direttore Generale della Filiale Italiana. Burlisson, già Vice Direttore Generale Operations della Filiale dal 1° giugno 2023, succede a Pierre Cordier, che ha lasciato il Gruppo dal 1° settembre. Tra il 2018 e il 2023

Burlisson aveva ricoperto il ruolo di Chief Executive Officer di Groupama Sigorta e Hayat in Turchia. È entrato a far parte del Gruppo nel 1999. «Sono particolarmente felice di poter proseguire nel lavoro avviato con le squadre italiane: l'incarico ci mette nelle condizioni di massimizzare i risultati del lavoro fatto fin qui», ha dichiarato Philippe-Henri Burlisson, Amministratore Delegato e



PHILIPPE-HENRI BURLISSON

Direttore Generale di Groupama Assicurazioni.