

Siti È online The Pirelli Post



Un sito internet per studiare in modo innovativo e interattivo la storia e la cultura italiana dal dopoguerra a oggi. È online The Pirelli Post (<http://thepost.pirelli.com>), un luogo di scambio e interazione tra professori, studenti e appassionati di storia e cultura italiana che, grazie al contributo della Fondazione Pirelli e del suo Archivio Storico, possono sco-

prire e condividere nuovi e originali materiali di ricerca. Su The Pirelli Post si possono consultare testimonianze, manoscritti, fotografie, filmati e pubblicità d'epoca, oltre che numerosi articoli tratti dalla Rivista Pirelli, che dal 1948, anno della sua fondazione, al 1972 ha ospitato le principali firme della cultura letteraria e scientifica, dell'arte e del giornalismo

Un luogo di scambio per appassionati di storia e cultura italiana



INDAGINI ARRIVA DA BABA LA RICERCA INNOVATIVA LIFELOGGING & HOME TRENDS

Lo studio sui trend è realizzato grazie all'utilizzo di wearable technology

E' il progetto di baba che coinvolge l'esplorazione sul campo dei focolai di tendenza attraverso l'uso di wearable technology: dall'8 al 13 aprile i lifeloggers di baba, muniti di wearable camera, esplorano il Salone Internazionale del Mobile di Milano e i suoi spinoff metropolitani, per selezionare i segnali più avanzati del mercato Home. L'implementazione di questi device offre un grande potenziale per la ricerca di mercato, da un lato per capire gli stili di vita dei consumatori e i contesti in cui si svolgono spontaneamente, dall'altro per monitorare on-the-go quei luoghi che più di altri rappresentano un punto di esplorazione privilegiato per lo sviluppo delle tendenze: gli eventi urbani, il retail, le fiere, in ambito pubblico; ma anche, scelte, movimenti, gesti, punti divisa nella sfera privata. Il 16 aprile 2014, alle 17:00, il presidente di baba Giulia Ceriani presenterà i risultati del suo trend safari nel corso di un evento dedicato presso i suoi uffici di Milano, in corso Magenta 31.



Social Physiogel Ipoallergenico esce dal negozio e sceglie Facebook per presentarsi ai consumatori

Physiogel Ipoallergenico, linea dermo-cosmetica di detergenti e trattamenti del Gruppo GlaxoSmithKline Consumer HealthCare, approda su Facebook per presentarsi ai suoi fan e conoscerli da vicino, prendendosi cura del loro benessere e della loro pelle. Per la prima volta il prodotto esce dalle farmacie per incontrare i suoi fan e raccontare il mondo della pelle sensibile. Dalla bellezza, al lifestyle, dai viaggi al benessere, attraversando tutti i gusti della vita quotidiana, la nuova brandpage di Physiogel Italia rivelerà la propria persona- le idea di cura e attenzione per la pelle sensibile.

BRAND IDENTIKIT.it

IL PRIMO MAGAZINE ITALIANO SULLA BRAND IDENTITY

