

TwentyTwenty chiude il 2018 con un fatturato a +80% e tre nuovi ingressi

L'agenzia digital del Gruppo Noesis prosegue il suo percorso di crescita sotto la direzione creativa ed esecutiva di Daniela Agoletti e Antonio Bellini

TwentyTwenty continua a crescere anche nel 2018: nuovi progetti e nuove strategie all'orizzonte per l'agenzia digital parte del **Gruppo Noesis**, oltre a un fatturato che segna un +80% rispetto al 2017. Ma non si tratta esclusivamente di una crescita in termini di 'numeri': con la nuova direzione esecutiva di **Daniela Agoletti** e **Antonio Bellini**, la digital agency ingrana la quarta e amplia anche il suo team, che si arricchisce di tre giovani risorse, **Eva Le Bon**, **Simone Enrici** e **Nahomi Cremona**. Di genitori belgi e cileni, Le Bon è cresciuta a Bruxelles,

per poi proseguire gli studi in Business Management in Inghilterra e Digital Business in Spagna. Dopo aver maturato esperienze nel marketing in diversi ambiti - dal settore vitivinicolo a quello educativo, fino all'healthcare - oggi fa parte del team di Digital Media & Consumer Insight di TwentyTwenty. Laureato in Scienze Umanistiche per la Comunicazione, Enrici si avvicina presto al mondo social&digital. Dopo aver scritto di sport per diverso tempo per una testata online, prosegue gli studi frequentando il master in Digital Marketing de Il Sole 24 Ore. In TwentyTwenty si occuperà di



DANIELA AGOLETTI E ANTONIO BELLINI



SIMONE ENRICI, EVA LE BON E NAHOMI CREMONA

Social Media Management insieme al team dedicato. Dopo la laurea in Comunicazione, Innovazione e Multimedialità all'Università di Pavia, Cremona si è specializzata in Copywriting con un Master all'Accademia di Comunicazione di Milano, per poi entrare a far parte dell'agenzia vanGoGh, dove ha lavorato per diversi clienti, come SEA, Lycia, Granarolo, Giunti e Tenax. In TwentyTwenty, andrà a rafforzare il team creativo per la parte di copywriting. "TwentyTwenty è come il web: in perenne fermento. In questi primi due anni di attività abbiamo posto le basi per una struttura solida, fatta di figure professionali diverse e ar-

monizzate tra loro, con l'obiettivo di rispondere a esigenze che si evolvono costantemente. Uno dei traguardi più rilevanti è stato quello di avere un team capace di essere sempre un passo avanti rispetto all'ultima novità -sottolineano Agoletti e Bellini-. Nel corso di questi mesi abbiamo lavorato a partnership di valore, come ad esempio la collaborazione con IF! Festival, di cui siamo stati content partner, e preso parte a premiazioni ed eventi. Nel 2019 continueremo a far crescere i team e a personalizzare l'offerta di mercato dell'agenzia, nell'ottica di offrire servizi sempre più innovativi e tailor made per clienti e prospect".

LA MANIFESTAZIONE SI TERRÀ A JESI DAL 29 MARZO AL 5 APRILE 2019

BRAND FESTIVAL, PRONTO IL COMITATO SCIENTIFICO GUIDATO DA PAOLO IABICHINO

Uomo, territorio, impresa saranno queste le parole chiave che caratterizzeranno **Brand Festival 2019**, primo festival internazionale dedicato all'identità di marca, che si svolgerà a Jesi dal 29 marzo al 5 aprile 2019. Un'edizione che si preannuncia ricca di workshop, appuntamenti, convegni e contenuti di qualità nella quale contaminazione, confronto e scambio di idee rappresenteranno gli elementi principali per riportare la cultura del brand al centro del dialogo sociale, economico e culturale con la volontà di ricercare un punto di equilibrio tra brand personale, territoriale e aziendale. Tra le novità 2019 fondamentale il comitato scientifico che sarà

diretto da **Paolo Iabichino**, aka Iabicus, nominato comunicatore dell'anno 2018, autore di 'Scripta Volant' e punto di riferimento per il mondo della pubblicità della quale ha radicalmente cambiato il linguaggio in questi anni. Insieme a lui Graziano Giacani ideatore del Brand Festival, Alessandro Ubertis co-founder di Carmi&Ubertis e presidente Unicom, Michelangelo Tagliaferri fondatore di Accademia di Comunicazione, Flavia Trupia presidente di PerLaRe associazione per la retorica. A loro il compito di dare un segnale forte di cambiamento e di innovazione nella costruzione di un dialogo tematico che possa ispirare la visione e il lavoro dei profes-

sionisti di oggi e di domani sapendo che, come dice Paolo Iabichino, "riflettere sul tema dell'identità significa riflettere sulla contaminazione di linguaggi, competenze e sapere oggi più che mai necessaria". Il Brand Festival è sempre più in crescita e i numeri della precedente edizione lo dimostrano: 120 relatori hanno partecipato a 40 eventi organizzati in 8 giorni registrando 2200 presenze agli eventi formativi e 3300 alle mostre e agli appuntamenti collaterali raccontando, a un pubblico sempre più attento e interessato, la visione dell'identità di marca. La nuova edizione si prepara per essere altrettanto ricca di stimoli e spunti di riflessione.