



## A Milano la “Titanium Night” di Now Available

Milano, 20 luglio 2008. Nella serata di giovedì 17 luglio, **Now Available** ha organizzato un incontro esclusivo con i propri **clienti** e un gruppo di **prospect** selezionati per presentare e analizzare le campagne pubblicitarie premiate quest'anno al Festival di Cannes nel “**Titanium & Integrated**”, categoria dedicata alla comunicazione integrata e ai lavori più innovativi, ma ancora molto poco considerata in Italia con soli otto lavori iscritti su oltre 400 nell'ultima edizione.

Presso l'**enoteca “Viola”** di via Pavia, il team della neutral agency di Emanuele Nenna, Alessia Oggiano e Stefano Pagani, ha proiettato e commentato insieme agli ospiti le clip delle campagne internazionali che hanno ricevuto i principali riconoscimenti nella categoria: dai due Grand Prix (“Believe” per il videogame “Halo 3” di Microsoft e “Uniqlock” per il sito dell'azienda di abbigliamento giapponese “Uniqlo”), a due delle campagne premiate con il Titanium e l'Integrated Lion (“Black Boy Wanting Water” per Studio Brussels e “Whopper Freakout” per la catena Burger King).

Durante la “**Titanium Night**” di Now Available si è anche svolta una degustazione della nuova annata dell'**Astràgalo**, il primo vino “biotico” italiano della casa vinicola Sacrafamilia, che recentemente ha ricevuto a Tokyo la certificazione ONU per l'assoluta mancanza di ogni tipo di contaminazione nei suoi prodotti.