

**Pubblicità Facebook detective**

## E lo shopping finì sotto la lente web

C'era una volta la privacy. Privacy dei propri acquisti, gusti e passioni in fatto di shopping. Anche il big dei social network, Facebook, rincorre il leader Google nel monitoraggio delle abitudini d'acquisto di quanti si avvalgono dei suoi servizi di social networking per tradurre tutto ciò in una dimostrazione concreta che in termini pubblicitari Facebook è un buon



investimento. Così, in tandem, con il big della raccolta dati, Datalogic, Mark Zuckerberg sta lavorando per tracciare gli acquisti di quanti vedono le campagne pubblicitarie su Facebook. In pratica,

Datalogic sta mettendo a disposizione di Facebook il tesoretto di circa 70 milioni di famiglie americane (grazie ai meccanismi delle carte fedeltà) e cercando di trovare un match con le abitudini degli iscritti al social network: ecco arrivare una perfetta tracciabilità degli acquisti. Con buona pace della privacy.

### Balich testimonial per **Intercultura**

Sorpresa. Il nuovo testimonial di **Intercultura**, che porta ogni anno all'estero migliaia di studenti in cerca di un futuro globale, sarà un pubblicitario. O meglio, il mago dei grandi eventi a effetto mediatico degli ultimi anni. Si tratta infatti di **Marco Balich** che ha firmato le cerimonie di apertura dei Giochi di Pechino e firmerà i prossimi di Rio de Janeiro. Nel suo background di ragazzo, un anno di scuola con **Intercultura** nella città di Barack Obama, Chicago.

### Grey sul podio agli Euro Effie awards

Per la quinta volta Grey (Emea) si aggiudica il titolo di Agency of the year agli Euro Effie awards 2012 prevalendo su 34 gruppi di agenzie contendenti. «Era già successo per quattro volte consecutive (2006-2009)», nota orgoglioso **Mario Attalla**, ceo e ad di Grey Italia.