



## GDOWEEK

**Direttore Area Retail:** Nicola Ligasacchi

**Marketing Area Retail:**

Vittoria Moroni (manager - 02/39646.627)  
 Milena Spelgatti (02/39646.625)

**Responsabili Agenzie/Centri Media:**

Gabriele Fappiano (02/39646.809)

Silvio Peponi (02/39646.802)

**Segreteria Commerciale:**

Monica Negri (02/39646.622)

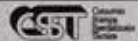
**Ufficio Traffico:**

Loredana Rossetti (02/39646.616)

### RETE DI VENDITA PUBBLICITÀ

- **Lombardia:** Costantino Bianchi - Gabriele Fappiano - Roberto Marelli - Silvio Peponi - Piera Pisati - Tilde Rigletti - Monica Sposito - Mirka Zappavigna (Tel. 02/39646.801) - ISR srl - Milano, Tel. 02/38003831/03, Fax 02/33497397
- **Piemonte e Liguria:** ADV Spazioerre srl - Torino, Tel. 011/6600100, Fax 011/6504094
- **Tre Venezie:** M.P.&P. srl - Postioma di Paese (TV), Tel. 0422/480150, Fax 0422/480033
- **Emilia Romagna, Marche e Sardegna:** Società Futura srl - Bologna, Tel. 051/230807, Fax 051/225303 - Reggio Emilia, Tel. 0522/286311
- **Toscana e Umbria:** Media & Massima - Firenze, Tel. 055/4223085, Fax 055/4361167
- **Lazio, Calabria, Abruzzo e Molise:** Intermedia srl - Roma, Tel. 06/5899247 - 5894534, Fax 06/5819897
- **Campania e Sicilia:** Salvatore Cuomo - Castelvolturno (Ce), Tel. 0823/851613, Fax 0823/851649
- **Puglia e Basilicata:** Marica Albanese - Bari 70124, Via Arcidiacono Giovanni 7, Tel. 080/5045399, Fax 080/5041691

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento C.S.S.T. Certificazione Stampa Specializzata Tecnica Per il periodo 01/01/2005 - 31/12/2005  
 Tiratura media: 24.381  
 Diffusione media: 23.894  
 Certificato CSST n. 2005-1160 del 16/02/2006  
 Società di Revisione: PKF Italia S.p.a.



## Agepe

Divisione di Editoriale GPP SpA  
 Via G. Patecchio, 2  
 20141 - MILANO  
 Tel. 02/39646.1 (s.p.)  
 Fax 02/39844800

**Amministratore Delegato:**  
 Corrado Minnella

**Direttore Generale:**  
 Giorgio Tonelli

**Altre pubblicazioni AGEPE:**  
**AL Prodotti&marche in dettaglio;**  
**Bargiornale; Casastile; Computer Dealer & Var;**  
**L'Ambiente Cucina; Layout; Linea Edp;**  
**Planeta Hotel; Pc Open; Reseller Business;**  
**Ristorazione Collettiva; Ufficiostile; Vini**

© 2006 Agepe. Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo che non sia individuale è necessaria l'autorizzazione scritta da parte di Agepe.



AI sensi degli artt. 7 e 10 del Decreto Legislativo 196/2003 Vi informiamo che i Vostri dati personali sono trattati da Agepe, via G. Patecchio, 2 - 20141 Milano, Titolare del trattamento, e che le finalità del trattamento dei Vostri dati sono l'invio del presente periodico e/o di eventuali proposte di abbonamento, e/o l'elaborazione a fini statistici e/o la trasmissione di iniziative editoriali e/o commerciali di Agepe. I Vostri dati saranno trattati con le finalità sopra esposte dalle seguenti categorie di incaricati: addetti dell'Ufficio Abbonamenti e Diffusione, addetti al confezionamento e alla spedizione, addetti alle attività di marketing, addetti alle attività di redazione. Vi ricordiamo che in ogni momento avete il diritto di ottenere l'aggiornamento, la rettifica, l'integrazione e la cancellazione dei Vostri dati inviando una richiesta scritta a Agepe - Responsabile Trattamento Dati - via G. Patecchio, 2 - 20141 Milano

# Super Mario, il piccolo grande uomo che supporta il successo Nintendo



Baffi, basettoni, nasone e origini italiane. Questo è il ritratto sintetico di *Super Mario*. Il suo creatore, **Shigeru Miyamoto**, si propose alla **Nintendo** al momento giusto, proprio quando l'azienda stava cercando qualcuno cui affidare il rilancio in Usa, dopo il successo di *Space Invaders*, obiettivo mancato con il flop di *Radarscope*. *Super Mario* non si è però solo un prodotto Nintendo, ma è anche un brand e un logo coincidente con il perso-

naggio, che svolge anche la funzione di testimonial del brand, del prodotto e quindi si autorappresenta.

● **Case-history esemplare.** In altre parole, questa è una super case-history, che Paolo Branca racconta, delineando l'evoluzione del personaggio e della tecnologia che lo ha reso possibile e via via più sofisticato. In origine, infatti, nel 1981 il ru-spante (ma esotico per i giapponesi) omino esordisce nel videogioco *Donkey Kong* che vide anche la nascita di un nuovo genere: il platform, che trae il nome dalla particolarità di presentare camminamenti percorribili sospesi nel vuoto, tra i quali il protagonista si sposta saltando. Da quel momento *Super Mario* non si è più fermato, passando al 3D da protagonista, eroe di oltre 100 giochi, sempre a proprio agio in generi diversi e fir-

mando anche un episodio cinematografico e un paio di serial per la tv americana.

● **Marketing di alto profilo.** Un capolavoro di marketing della Nintendo, che non ha mai stravolto il personaggio, pur trasferendolo da una piattaforma tecnologica a un'altra. Venticinque anni di carriera globale ai giorni nostri valgono secoli e secoli di un tempo, specie in un mercato come quello dei videogiochi. L'idraulico *Super Mario* continua a volare alto, come i profitti di Nintendo. Il libro è coerentemente prodotto in formato elettronico, scaricabile sul sito [www.apogeoonline.com](http://www.apogeoonline.com).

**Super Mario**  
 L'icona Nintendo  
 e i suoi mondi  
 di Paolo Branca  
 Apogeo  
 82 pagine - 7,00 €

## Le mostre di Palazzo Reale a Milano si avvalgono di tecnologie HP Italia

Spesso si accusa la tecnologia digitale di aver dato il colpo di grazia al già precario stato di salute della cultura, almeno in Italia. La pubblicazione dell'*Annuario 2005* di Palazzo Reale di Milano smentisce gli apocalittici, proponendo un'esperienza positiva: *ArtLab*. Si tratta di un laboratorio per la comunicazione visiva che ha l'obiettivo di promuovere e comunicare i contenuti delle mo-



stre temporanee del polo espositivo di Palazzo Reale e del museo della Reggia ad esso collegato, registrando anche le informazioni escluse dai cataloghi: l'allestimento, la grafica, il back-ground

culturale dell'esposizione e gli eventi correlati. *ArtLab* è stato realizzato utilizzando tecnologie multimediali messe a disposizione da **Hewlett-Packard Italia**, che ha aderito per collaborare attivamente alla veicolazione del patrimonio artistico e culturale, consentendone la fruizione al vasto pubblico. Intervento discreto, senza clamore, ma prezioso e concreto. Un plauso.