

## Ogilvy & Mather

**#ogilvychange – la Behavioural Sciences Practice di Ogilvy & Mather –  
invitata a partecipare  
ai lavori dell’*International Congress on Behavior Studies a Milano***

Milano, 10 novembre 2014 – Ogilvy & Mather è stata l’unica agenzia di comunicazione e marketing invitata a partecipare ai lavori del congresso *Behavior Science and Policy*, XI<sup>a</sup> edizione dell’**International Congress on Behavior Studies**, organizzato a **Milano** dal **5 al 7 novembre** su iniziativa dello **IESCUM** - Istituto Europeo per lo Studio del Comportamento Umano.

Nei tre giorni dell’evento, Milano è stata crocevia degli studi internazionali sull’**Economia Comportamentale** (*Behaviorial Economics*), la branca della psicologia cognitiva che studia gli effetti dei fattori psicologici, sociali, cognitivi ed emozionali sulle decisioni economiche dei singoli individui e delle istituzioni. Negli ultimi anni, sull’onda delle teorie del Nobel per l’Economia 2002 Daniel Kahneman e delle ricerche di Richard Thaler e Cass Sunstein, l’Economia Comportamentale si è tradotta nella nascita di numerose **Nudge Unit**, dipartimenti che hanno il compito di stimolare, orientare e favorire in modo scientifico il cambiamento in positivo della società.

Proprio per la sua esperienza nell’ambito del marketing comportamentale, **Ogilvy & Mather** è stata invitata a partecipare ai lavori del Congresso con un intervento di **Guerino Delfino**, CEO e Chairman di Ogilvy & Mather Italia, e con una relazione di **Daniel Bennett**, Choiche Architect di **#ogilvychange**.

*“Siamo onorati di essere stati invitati come relatori all’evento e di avere stretto una **partnership con IESCUM**. Anche in Italia abbiamo voluto coniugare la serietà delle ricerche della psicologia cognitiva e dell’economia comportamentale con la competenza in comunicazione del Gruppo Ogilvy.”* - dichiara **Guerino Delfino, CEO e Chairman di Ogilvy & Mather Italia**. *“Siamo infatti convinti che grazie al contributo delle scienze comportamentali sia possibile cercare di stimolare e promuovere cambiamenti positivi nelle abitudini dei consumatori. Lo stiamo vedendo nei progetti che **#ogilvychange** sta realizzando con alcune delle più importanti marche al mondo.”*

La practice **#ogilvychange** - che sta muovendo i suoi primi passi anche in Italia - è nata in Inghilterra con l’obiettivo di applicare le ricerche nel campo delle scienze del comportamento ai progetti di comunicazione.

Il case study *“Nestlé: United for Healthier Kids Project - Behavioral Science, Nutrition and Creativity”* presentato nel corso del convegno da **Daniel Bennett**, è un’applicazione concreta di questo approccio: finalizzato a migliorare la nutrizione e a promuovere l’attività fisica dei bambini, il progetto ha visto coinvolti oltre 280 partner tra autorità nazionali e locali, ONG, istituti di ricerca, organizzazioni sanitarie e federazioni sportive in 68 Paesi, ottenendo importanti risultati. In Messico, ad esempio, le iniziative sono state focalizzate sul contrastare la dilagante obesità infantile, mentre nelle Filippine si sono concentrate sulla malnutrizione. Le idee sono state sviluppate coniugando l’analisi scientifica dei

COMUNICATO STAMPA

Ogilvy & Mather

reali comportamenti alimentari dei bambini con l'approccio creativo dell'agenzia per amplificare l'effetto dei nudge.

**A proposito di Ogilvy & Mather Italy**

*Ogilvy & Mather Italy* è l'agenzia italiana di Ogilvy & Mather, uno dei maggiori network di comunicazione al mondo con 538 uffici in 126 paesi. Offre servizi a 360° a marche internazionali e locali attraverso le diverse discipline del Gruppo: Ogilvy & Mather Advertising, agenzia di advertising; OgilvyOne specializzata in one-to-one e digital marketing; Neo@Ogilvy specializzata in digital media; OgilvyHealthworld in comunicazione per l'area salute-benessere; Geometry Global, in brand activation; Aida Partners Ogilvy PR, l'agenzia affiliata per le public relation. Sono state inoltre create, negli anni, unit specializzate per ampliare i servizi: Social@Ogilvy per il social media marketing e comunicazione; OgilvyConsulting per la consulenza 360° e CRM; OgilvyEntertainment per il branded content e OgilvyRed, unit strategica multidisciplinare.

**Per ulteriori informazioni, contattare:**

Arianna Vetrugno  
Ogilvy & Mather Italy  
viale Lancetti 29, Milano  
Tel. 02.60789.356  
arianna.vetrugno@ogilvy.com

Gabriele Ciullo  
Aida Partners Ogilvy PR  
Via Pomponazzi 9, Milano  
Tel. 02. 89504650  
gabriele.ciullo@aidapartners.com