

OMNIA RELATIONS A ITALIAX10

Chiara Caliceti, bolognese, fondatore e attuale amministratore dell'agenzia Omnia Relations, martedì 7 maggio salirà sul palco dell'Antiruggine di Castelfranco Veneto nel panel di "Italiax10.

L'impresa delle donne".

Evento di anteprima del Festival Città Impresa promosso da Telecom Italia in collaborazione con Nordesteuropa Editore e Venezia Post per raccontare "10 tra le più brillanti imprenditrici del paese".

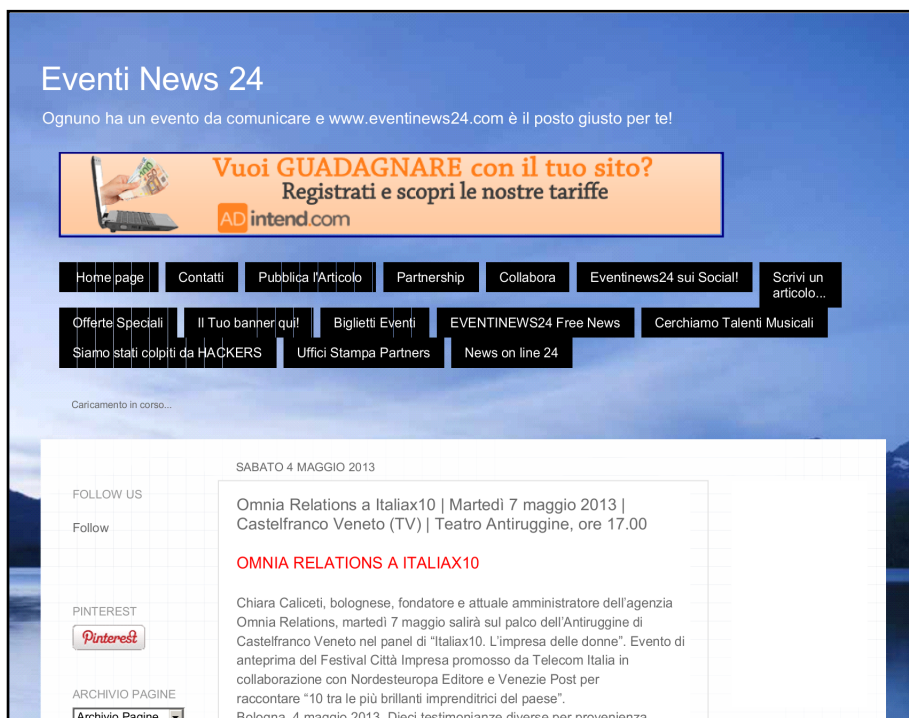
Bologna, 4 maggio 2013_Dieci testimonianze diverse per provenienza geografica, per profilo biografico e percorso professionale, con un unico comun denominatore: tutte donne.

Il 7 maggio, a Castelfranco Veneto, si celebrano 10 tra le più brillanti imprenditrici del Paese all'interno dell'iniziativa "Italiax10.

L'impresa delle donne".

"Non è un evento da "quote rosa" - sottolinea il comunicato della manifestazione - i progetti che verranno condivisi dal palcoscenico dell'Antiruggine di Castelfranco sono esempi di eccellenza imprenditoriale: dall'impresa sociale a quella green, dalla multimedialità alla ricerca scientifica che si fa impresa, dalle tecnologie d'avanguardia al food, dall'artigianato digitale alla pianificazione territoriale strategica".

Tra queste, anche Chiara Caliceti, fondatore e amministratore dell'agenzia di comunicazione bolognese Omnia Relations, che dal 2003 opera nei settori del turismo, dell'arte, della cultura, del cinema, della moda, della salute, della bellezza e del food & beverage.



<http://www.eventinews24.com/2013/05/omnia-relations-italiax10-martedi-7.html>

Un'agenzia volutamente generalista che ha fatto della duttilità e del metodo declinabile i suoi punti di forza.

Un'agenzia che ha trovato il suo tratto distintivo nella storia della famiglia, che ha deciso di guardare al futuro partendo dal passato e dalla terra.

"Fa un po' parte del mio carattere - racconta Chiara Caliceti - Per me le radici sono fondamentali.

Il lavoro mi ha portato veramente lontano dalla mia città per anni.

Ma non ho mai perso o dimenticato per un attimo l'obiettivo.

Tornare alla campagna che fa parte del DNA della mia famiglia sia per parte di padre che per parte di madre".

A moderare l'incontro di martedì all'Antiruggine di Castelfranco Veneto la giornalista de Il Corriere della Sera Angela Frenda, mentre sarà affidata alla giornalista e collaboratrice de Il Corriere della Sera e La 27esima Ora, Corinna De Cesare, la conduzione della parte social e web.

L'hashtag ufficiale della manifestazione (#italiax10 #iovivoconnesso e #cittaimpresa) sarà seguito anche dai nuovi account social di Omnia Relations, che proprio in occasione di questa iniziativa apriranno le loro porte virtuali alla community.

Facebook, Twitter, Tou Tube e anche un canale Instagram saranno i primi portali social dell'agenzia bolognese, che proprio in questi mesi sta vivendo una grande trasformazione, anche dal punto di vista multimediale: "Internet sta alla comunicazione come il cacio sui maccheroni, o per essere più evocativi, l'enrosadira alle Dolomiti.

Oggi sarebbe impensabile farne a meno...Da ormai 5 mesi siamo al lavoro per rifare il nostro sito che sarà pronto a giugno.

È stato come andare dallo psicologo...Un percorso lungo e faticoso che ci ha portati a un ripensamento generale anche di modalità e strumenti." Tra le novità anche l'apertura verso l'estero: Omnia International è la nuova sfida di Chiara Caliceti, che da qualche mese sta investendo in risorse all'estero, per garantire ai propri clienti una visibilità sempre più globale.

"Abbiamo già corrispondenti in Spagna, Stati Uniti, Canada e Germania, e stiamo per chiudere anche Francia, Inghilterra, Russia ed Emirati.

I nostri clienti sono tutti brand molto conosciuti all'estero ed è quasi un obbligo per noi potergli garantire una visibilità sui mass media anche oltre i confini nazionali".

Da quando nel 2003 Omnia Relations è nata a Bologna, tante sono state le evoluzioni dell'agenzia che oggi è una squadra di una trentina di persone, la maggior parte under 30.

Un portfolio clienti che unisce turismo, design, arte e grandi eventi nazionali, sempre con un occhio di riguardo alla tematica ecologica, vero motore dell'agenzia guidata da Chiara Caliceti.

Ne sono espressione le due sedi di Omnia, l'Omnia Lab e l'Omnia Factory.

La prima, situata nel cuore del capoluogo emiliano, promuove le tendenze della città, dando spazio

<http://www.eventinews24.com/2013/05/omnia-relations-italiax10-martedi-7.html>

alla creatività: Omnia Lab si afferma come un luogo dove sperimentare, mostrare e lavorare insieme, anche grazie allo spazio dedicato al co-working, disponibile per professionisti e gruppi di lavoro che cercano un luogo temporaneo per le loro attività.

All'Omnia Factory invece, la parola d'ordine è riciclo.

L'antica borgata tra Bologna e Ferrara ospita la sede operativa dello staff, ma allo stesso tempo sarà presto location di eventi e mercatini, che promuovano il territorio e lascino spazio all'iniziativa dei giovani.

È stato il case history di Omnia Relations, la realtà che ha lanciato l'agenzia nel mondo del turismo nazionale e non solo.

Dal 2008 OR segue la comunicazione di Cortina Turismo, consorzio turistico di Cortina d'Ampezzo per cui si occupa di attività di Pr, delle relazioni con la stampa italiana e della collana editoriale ufficiale di Cortina d'Ampezzo - due magazine, un semestrale generalista, il CORTINA.TOPic, e un magazine annuale dedicato ad architettura, artigianato e design, il CORTINA.TOP Living.

Dopo Cortina, la montagna è entrata nel dna dell'agenzia: da quattro anni Omnia segue il Trento Film Festival, il più antico festival del cinema di montagna al mondo.

Di corsa dalle Dolomiti al Monte Bianco.

Dal settembre del 2011 Omnia Relations si occupa di comunicare al grande pubblico il Tor des Géants, l'endurance trail che si svolge lungo le due Alte vie della Valle d'Aosta.

E poco dopo, Courmayeur è entrata nel cuore di Omnia Relations.

Da novembre del 2011, il CSC - Centro Servizi Courmayeur ha affidato al team bolognese la promozione e la valorizzazione della località alla stampa nazionale.

Dalle stelle alle stalle: la Valle del Chiese, simbolo del turismo rurale, ha apprezzato il percorso turistico e creduto nella professionalità, chiamando Omnia ad affrontare una nuova sfida.

Nello stesso periodo, anche Sagron Mis, piccolo gioiello incastonato tra le Pale di San Martino e il Cimonega, ha chiesto ad Omnia di seguire, prima la comunicazione per il bando di assegnazione della Baita Sagron Mis Dolomiti e poi la comunicazione turistica della località.

E sempre per restare in Trentino un'altra importante attività di comunicazione: quella che Omnia sta facendo per il MUSE il MUSE, il nuovo Museo delle Scienze di Trento progettato da Renzo Piano che aprirà ufficialmente i battenti il 27 luglio.

Restando in montagna, dall'estate 2012 OR segue anche la comunicazione del Dolomiti Super Summer, versione estiva del Dolomiti Superski carosello sciistico numero uno al mondo.

Due le novità del 2013: l'apertura delle sezione HOTCO (Hotellerie & Hospitality) e l'ampliamento della sezione DECO, dedicata al design.

In forze a quest'ultima tre aziende leader a livello internazionale nei settori sistema letto (Dorelan), pavimenti in legno biocompatibili (Fiemme 3000) e illuminazione (3F Filippi).

<http://www.eventinews24.com/2013/05/omnia-relations-italiax10-martedi-7.html>

Tutti esempi di eccellenza qualitativa del made in Italy, accomunati da un'impronta anche etica del lavoro, da forti politiche di rispetto e sostenibilità ambientale.

Nella sezione HOTCO, alberghi 5 stelle e 5 stelle Lusso - ma non solo - come il Cristallo Hotel Spa & Golf di Cortina d'Ampezzo (parte di The Leading Hotel od the Word), fiore all'occhiello dell'accoglienza ampezzana che nel 2011 ha festeggiato 110 anni di attività.

Si resta in montagna con il Corona Dolomites di Andalo (3 stelle) e la Baita Sagron Mis, immersa nel cuore delle Dolomiti.

Il gruppo Duetorrihotels, che ha come politica quella della valorizzazione di alberghi storici nel cuore di alcune delle più prestigiose città italiane: a Bologna con il Grand Hotel Majestic "già" Baglioni (5 stelle Lusso, LHW), a Verona con il Due Torri Hotel (5 stelle, LHW), a Firenze con l'Hotel Bernini Palace (4 stelle Lusso) e a Genova con l'Hotel Bristol Palace (4 stelle), oltre a due proposte business a Milano, l'Hotel Santa Barbara, (4 stelle) e l'Hotel Alga (3 stelle superior).

OR si prepara a seguire la comunicazione anche de L'HOTEL di Riccione, rivoluzionario (per il format concettuale) 4 stelle superior che aprirà i battenti la prossima estate.

Con il volume Italian Grand Tour, Sulle Orme di Hemingway si apre l'avventura editoriale a marchio Omnia Relations.

Omnia Library è il nuovo spin off dell'agenzia bolognese che cura la redazione e la distribuzione di prodotti editoriali inediti.

Ad oggi, questo nuovo ramo dell'agenzia è strutturato in due sezioni: Italian Gran Tour, che porta il lettore alla scoperta di luoghi e personaggi storici legati al Bel Paese e ComunicAZIONE, che descrive in presa diretta le esperienze "sul campo della divisione Media Relations di Omnia.

Tutte le anime dell'agenzia bolognese vengono sono inquadrare nelle 3 divisioni di cui è composta.

Cuore pulsante la storica divisione Media Relations: qui opera l'ufficio stampa, core business dell'agenzia e il neonato settore delle digital PR, che completa l'offerta di comunicazione ai clienti.

Nata insieme alla prima, la divisione Public Relations si occupa soprattutto della segreteria organizzativa e del marketing relazionale.

Chiude il cerchio la divisione Development & Research, che oltre al marchio editoriale comprende anche l'ufficio studi di Omnia Relations, una sezione interamente dedicata all'ottimizzazione degli strumenti di comunicazione e alla ricerca di nuove modalità di analisi.