

COMUNICATO STAMPA

CONTATTI

Nielsen:

Piera Cattaneo, piera.cattaneo@nielsen.com, Mobile +39-3451603417

SEC Spa:

Marcella Ruggiero, ruggiero@segrp.it, Mobile +39-335214241

Alessandro D'Angelo, dangelo@segrp.it, Mobile +39-3294139226

Mario Cedone, cedone@segrp.it, Mobile +39-3393702047

**“DIVERSITÀ È RICCHEZZA”:
OLIVIERO TOSCANI CON NIELSEN E QUINDICI AZIENDE
DEL LARGO CONSUMO ITALIANO**

Il fotografo di fama mondiale esporrà a Linkontro 2019 una mostra curata in esclusiva per l'evento clou del largo consumo italiano.

Milano, 13 marzo 2019 – “Diversità è Ricchezza” è il concept della mostra fotografica che Oliviero Toscani realizzerà per l'edizione 2019 de Linkontro Nielsen, nella suggestiva cornice del Forte Village Resort di Santa Margherita di Pula (Cagliari).

Il progetto, che coinvolge quindici aziende dell'Advisory Board dell'evento, consiste nell'esposizione di totem trifacciali composti da ritratti scelti dall'artista. Ognuno di questi volti è espressione dell'individualità di ogni persona e al tempo stesso dell'umanità intera: armonia tra le differenze, ovvero il valore aggiunto della diversità.

“L'arte ci insegna che ogni diversità porta contemporaneamente cultura e ricchezza – commenta Oliviero Toscani, firma della Mostra – È solo credendo nella diversità che si può avere una visione ricca del futuro”.

“Diversità è Ricchezza” non è un progetto rivolto a un target, è bensì aperto a un pubblico. È il punto di partenza per un nuovo modo di interagire con la filiera, il mercato, e i consumatori, partendo da un concetto semplice, ma fondamentale: l'inclusione di diverse culture e prospettive, così come la condivisione di punti di vista differenti, arricchiscono le comunità.

“Per Nielsen la diversità è parte integrante del business. – afferma Samantha Rovatti, European Marketing & Communications Leader di Nielsen – Un business che non può prescindere dal valore del diverso, del pensiero laterale, delle iniziative fuori dagli schemi.”

L’ambizione del progetto artistico “Diversità è Ricchezza”, unico nel proprio genere nel mondo del largo consumo, è dare un messaggio positivo alla business community italiana. Le aziende promotrici di questo messaggio sono Barilla, Beiersdorf con Nivea, Cameo, Conad, Coop Italia, Despar, Ferrero, Gruppo Végé, Lavazza, Gruppo Montenegro, Procter & Gamble, Selex, Tetra Pak, Unes con Il Viaggiator Goloso e Unilever con Dove.

Con “Diversità è Ricchezza” le aziende oltrepassano il concetto di *diversity and inclusion* rappresentato nei propri bilanci sociali e report istituzionali e fanno un passo in avanti verso il riconoscimento del potenziale di ogni individuo.

INFORMAZIONI SU LINKONTRO NIELSEN

Linkontro è un evento che riunisce i vertici e il management commerciale delle aziende leader nell’industria di marca, nella distribuzione moderna, nella comunicazione e nei servizi. I numeri parlano chiaro per quantità e qualità dei partecipanti: oltre 500 manager, in rappresentanza del Top Management e del Management Commerciale di circa 250 aziende del largo consumo, si riuniscono ogni anno a maggio per dibattere e confrontarsi sui temi più attuali del mercato. Linkontro è da sempre voluto e organizzato da Nielsen ed è aperto a tutti i manager del settore. Per maggiori informazioni: www.linkontronielsen.it

INFORMAZIONI SU NIELSEN

Nielsen è un’azienda globale di misurazione e analisi dati che fornisce la più completa e affidabile visione al mondo sui consumatori e sui mercati. Coniugiamo dati proprietari con altre fonti per aiutare i nostri clienti a comprendere ciò che accade oggi, ciò che accadrà domani, e come reagire. Da oltre 90 anni Nielsen fornisce dati e analisi lavorando con metodo scientifico e innovazione, e si impegna a dare sempre nuove risposte alle domande più rilevanti relative ai media, alla pubblicità, alla distribuzione e ai beni di largo consumo. Nielsen, una delle società dell’indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90% della popolazione mondiale. Per maggiori informazioni: www.nielsen.com