



BILANCIO DI FINE ANNO POSITIVO PER COOKIES

L'AGENZIA DI FRANCESCA MUDANÒ E ANDREA DI CASTRI CHIUDE IL 2023 CON UNA CRESCITA ECONOMICA DEL 40%

L'agenzia di comunicazione milanese **Cookies** chiude positivamente l'anno 2023. La società, guidata da **Francesca Mudanò** e **Andrea di Castri**, che hanno rilevato le quote dell'agenzia due anni fa, trasformandola completamente e dandole un nuovo posizionamento, evidenzia infatti una crescita economica del 40%.

I due soci, fin dal loro ingresso, hanno realizzato ogni progetto con una specifica filosofia alla base, che punta a mettere in evidenza la rilevanza culturale e la popolarità per costruire la comunicazione del brand con una missione ben precisa: *"sfidare lo status quo"*, trovando insight e messaggi che li posizionino efficacemente, interpretando e incorporando i discorsi della società attuale, per costruire con il pubblico relazioni consapevoli e positive, capaci di sbloccare decisioni di acquisto, ma che, allo stesso tempo, lavorino sulla cultura immettendo nel mondo messaggi di valore. Accompagnare le aziende in percorsi di comunicazione positivi e responsabili e generare un ambiente di lavoro positivo sono tra l'altro due tra gli obiettivi di beneficio comune che **Cookies** si è preposta nel suo percorso di **Società Benefit**.

Questo modus operandi ha portato a un'ulteriore crescita sul 2023 che è stato un anno ricco di soddisfazioni, in cui l'agenzia si è espansa dando particolare attenzione alla produzione video e foto, ma anche alle strategie digitali con il reparto guidato da **Matteo Villa** e alla relazione con i clienti grazie al reparto Account guidato da **Francesca Amami**.

*"Sono molto felice e grata dei risultati che stiamo ottenendo e siamo pronti per un 2024 ricco di novità e di sviluppi, sia lato reparto che lato offerta - commenta **Francesca Mudanò**, CEO di **Cookies** - L'obiettivo è continuare a lavorare per costruire un team sempre più variegato e un ambiente di lavoro sano e sereno, per poter realizzare campagne e progetti di valore."*

*"È stato un anno molto bello e anche molto pieno – dichiara **Andrea di Castri**, CEO di **Cookies** - Siamo in costante crescita e cambiamento, e piano piano le idee che abbiamo in mente per il nostro progetto stanno prendendo corpo, sia per quanto riguarda **Cookies** che per il progetto di **SOL** che ci vede collaborare sempre più spesso con le nostre agenzie sorelle."*

Nel corso dell'anno, l'agenzia ha lavorato in svariati ambiti e su diversi progetti importanti, come la campagna OOH per **PayPal**, in collaborazione con l'illustratore **Francesco Poroli** che ha realizzato un grande murales alle Colonne di San Lorenzo di Milano oltre all'attivazione di una campagna di graffiti. Il 2023 ha permesso di allargare anche le collaborazioni in campo beauty; **Cookies** ha infatti lavorato alla campagna di posizionamento di **Zago** e grazie alla collaborazione con Brand Partners Group - network internazionale di Brand Advisory, Branding e Brand Development - l'agenzia ha curato i contenuti video del rebranding, del Black Friday e della campagna di Natale per **Pinalli**. In ambito travel, **Cookies** si è occupata di tutta la campagna di lancio di **Bluserena**, con collaborazione annuale, e la nuova campagna *"Finalmente puoi"* di **Cocooners Travel** volta a sfidare l'*ageism*. In ambito sociale, ha lavorato al lancio della tessera di **Emergency** e alla relativa campagna, oltre che a tutta l'opera di riposizionamento di **WeWorld**. Inoltre, l'agenzia ha rafforzato la collaborazione a 360° con **Accendi luce & gas Coop** curandone tutta la nuova piattaforma di comunicazione ATL, digital e podcast, volta al rafforzamento di una community più consapevole e attenta all'ambiente e al futuro energetico.



Cookies, oltretutto, ha consolidato l'offerta di consulenza con il progetto **Relationship Experience**, sviluppato insieme a **Startas** di **Andrea Gnetti**, con lo scopo di aiutare gli istituti finanziari a lavorare per costruire relazioni con la clientela sempre più coerenti e forti.

Anche quest'anno, dunque, importanti brand hanno deciso di affidarsi a **Cookies** con l'obiettivo di creare un reale impatto e differenziarsi nel mercato, grazie a un piano di comunicazione su misura che riesce a comprendere i bisogni delle diverse audience e relazionarsi alla realtà sociale attuale.

Concretezza, creatività, responsabilità e positività sono le parole chiave su cui si fonda **Cookies**, insieme a **sinergia** ed **empatia** nel lavoro fianco a fianco con i brand per il raggiungimento degli obiettivi comuni alzando sempre di più l'asticella. Inoltre, con la ferma convinzione che la creazione dell'*Abundance* sia un percorso collettivo che si moltiplica attraverso la condivisione, **Cookies** fa parte del nuovo progetto **SOL – Side of Lorenteggio**, un collettivo di comunicazione indipendente composto da quattro realtà differenti, **Jungle, Cookies, Babooth** e **OFF Media**, nato con l'obiettivo di sviluppare progetti di comunicazione integrata, dalla strategia al media, dagli eventi alla produzione video.

COOKIES

[Web](#) - [Facebook](#) - [LinkedIn](#) - [YouTube](#)

Ufficio Stampa Coco District

Lucrezia Spiezio – lucrezia@coco-district.com

Paola Taiano – paola@coco-district.com – 328 917 4831

Cookies

info@wearecookies.it