

FAST NEWS

Il fatturato pubblicitario della radio cresce del 10% nei primi 9 mesi dell'anno.Dopo agosto chiuso a +12.2%, in settembre il fatturato della pubblicità nazionale radiofonica è risultato in crescita del 10.2% rispetto a settembre 2014. Tale dato corrisponde a un fatturato totale di 26.551.000 euro. Lo rende noto l'Osservatorio Fcp-Assoradio, il cui presidente Paolo Salvaderi commenta: "L'ultimo quadrimestre dell'anno si apre per il mezzo radio in maniera positiva. Va sottolineato che finora in tutti i mesi del 2015 gli investimenti sul mezzo registrano un incremento che indica l'importanza crescente nel media mix degli investitori. In un quadro generale che mostra per il mercato pubblicitario segni di ripresa, il fatturato della radio monitorato dalla Federazione Concessionarie Pubblicità cresce del 10% nei primi nove mesi dell'anno". (30 ottobre 2015)

<<...>

FAST NEWS

Crispin Porter+Bogusky e MediaCom incaricati da American Airlines a livello globale.Dopo una gara, American Airlines ha affidato la creatività e il media a livello globale rispettivamente a Crispin Porter+Bogusky (CP+B) e a MediaCom. La compagnia aerea statunitense aveva avviato in luglio la gara, a cui hanno partecipato strutture di Ipg, Publicis Groupe e Omnicom. Uscenti sui due incarichi sono agenzie di McCann WorldGroup, partner da oltre un ventennio: McCann Erickson per la creatività, TM negli Usa e UM fuori dagli Usa per il media. American Airlines si sta preparando a completare la fusione con Us Airways. (29 ottobre 2015)

<<...>

FAST NEWS

Partnership tra media consultants e AdReport per il servizio di monitoraggio dell'adv online in Italia.Partnership tra media consultants (strumenti e servizi per advertising management, media planning, analisi di media research, monitoraggio di attività pubblicitarie) e AdReport, società internazionale specializzata nella rilevazione delle campagne pubblicitarie online. L'obiettivo è la commercializzazione in Italia del servizio omonimo, già distribuito in Grecia, Turchia, Olanda e in espansione in Europa. Il monitoraggio avviene con un sistema simile a quello dei motori di ricerca: vengono esaminati migliaia di indirizzi web durante tutto il giorno, anche ripetendo l'accesso in momenti diversi della giornata, e registrato ogni annuncio pubblicitario trovato. Le nuove creatività vengono esaminate e catalogate per campagna, prodotto, advertiser, settore e categoria. Il tool AdReport consente di costruire report secondo i bisogni del cliente. Il servizio verrà presentato al mercato il 12 novembre alle 9.30 al Palazzo delle Stelline di Milano. (29 ottobre 2015)

<<...>

FAST NEWS

Si amplia il network pubblicitario del settore ferroviario di Exomedia e Vidion con la partnership con MediaOne.La concessionaria Exomedia diventa partner esclusivo di Media One, concessionaria di Stazioni d'Italia, allargando ulteriormente l'offerta di presenze pubblicitarie nel mondo delle stazioni, segmento strategico in forte crescita. L'accordo si aggiunge a quello già attivo di partner commerciale di Vidion, che ha in gestione Centostazioni, Italo, Ferrovie Nord Milano, Trenord. Il network che Exomedia presenta ora al mercato conta 1.300.000.000 frequentatori, 475 stazioni in 20 regioni con 19 capoluoghi e in 94 province con 77 capoluoghi, Mupi, Totem e Gigatotem, Wall e Floor graphics, Decor Station e Temporary oltre a una presenza nella videocomunicazione, Ledwall e un ulteriore sviluppo dell'innovazione digitale. (28 ottobre 2015)

<<...>

FOTONOTIZIA

Air Europa si dà una nuova brand image per un'immagine coordinata su velivoli e media



Air Europa, compagnia aerea del Gruppo Globalia, adotta una nuova immagine aziendale, già visibile su un Embraer E-195, nell'aeroporto Barajas di Madrid e in quelli Barcellona e Palma di Maiorca. Il nuovo logo è blu e la nuova grafica semplice e moderna per conferire al brand maggiore chiarezza e dinamicità. La nuova brand image sarà utilizzata per tutta la flotta di Air Europa e su tutti i media per arrivare a un'immagine coordinata della compagnia. Il cambio della brand image è punto di partenza per un'evoluzione con acquisto di nuovi velivoli e apertura di nuove rotte. Il tutto sottolineato dalla tagline "Ogni particolare conta" che riflette l'impegno a offrire un'esperienza di volo unica. (28 ottobre 2015)