

MEDIA E MULTIMEDIA

IERI IN CONCOMITANZA CON LA RICERCA BE EUROPE 2013

Financial Times presenta le sue novità sull'advertising digitale

E' stata presentata ieri a Milano da Financial Times, presso la sede de *Il Sole 24 Ore*, la ricerca **BE Europe 2013**, che analizza in 17 Paesi l'esposizione ai media e il profilo dei dirigenti di medie e grandi aziende appartenenti a tutti i settori economici. La ricerca evidenzia che nel 2013 sia *Financial Times* sia *Il Sole 24 Ore* si confermano leader nei rispettivi mercati. *Il Sole 24 Ore* con una penetrazione dell'80% è la testata più letta dalla business community italiana e *Financial Times* si con-

ferma come sempre il primo a livello internazionale. Particolarmente elevato è il profilo de *Il Sole 24 Ore*, in cui il 71% dei lettori del quotidiano appartengono al top management e il 57% è decision maker. Con uno stipendio medio di 133.000 euro e un patrimonio personale di 333.000 euro, i lettori sono investitori attivi (il 54% più di 3 investimenti personali) e high spender nei beni di lusso: il 38% possiede una seconda casa e il 35% vino/champagne di alta qualità. E' stato presentato inoltre

il nuovo sistema di reporting (Deep View) delle campagne digitali sui mezzi di *Financial Times*, che permette di avere l'evidenza puntuale dei contatti raggiunti dalla pianificazione pubblicitaria con le specifiche di ruolo, livello e settore. A supporto degli investitori pubblicitari vengono realizzate anche nuove ricerche post campagna denominate Conversion Tracking, che servono a monitorare gli accessi al sito dell'inserzionista per periodi successivi alla campagna e a misurarne l'effi-

cacia nel tempo. Un'altra importante innovazione è Smart Match, tool che permette agli investitori di esporre all'interno delle proprie creatività, i contenuti che semanticamente si riferiscono al contesto editoriale massimizzandone il messaggio. Queste innovazioni rendono, di fatto, *Financial Times* uno degli editori più all'avanguardia e capaci di interpretare le nuove esigenze di lettori ed investitori pubblicitari in uno scenario sempre più competitivo e complesso.

UNA SPECIALE COLLECTION DI CARTOLINE PUBBLICITARIE DISTRIBUITE DA AMBIENT MEDIA

Maradona in dvd con La Gazzetta dello Sport



La storia del miglior calciatore di tutti i tempi, nell'opera ufficiale in dvd, è ogni lunedì in edicola con *La Gazzetta dello Sport*. Prima uscita il 18 ottobre col dvd 'tutta la verità di Diego', un'intervista in esclusiva mondiale realizzata da Gianni Minà. Seguiranno altri 10 dvd che ripercorrono, con le immagini più belle dell'archivio Rai, tutta la vita, i trionfi e le sconfitte del Pibe

de Oro, Campione d'Italia col Napoli e Campione del Mondo con l'Argentina. Per comunicarlo, *Gazzetta* ha realizzato anche una speciale collection di cartoline pubblicitarie, distribuite da Ambient Media nel suo circuito di locali nelle principali città. La serie è composta da quattro evocativi soggetti che raffigurano Maradona mentre compie una delle sue magie

col pallone, con la maglia numero 10 dell'Argentina, con quella del Napoli e con la Coppa del Mondo levata al cielo. Sono cartoline da conservare, mostrare e regalare, ideate per diventare anche un ricercato oggetto 'di culto' per gli appassionati e i tifosi. Anche la numerazione è speciale, con la cartolina n°10 dedicata espressamente a Diego.

SUCCESSO DOPO IL RESTYLING PER IL MENSILE DEL GRUPPO AMODEI

AM - MOTORI E STILI DI VITA A QUOTA 240 MILA COPIE VENDUTE

AM, mensile del Gruppo Amodei allegato a *Corriere dello Sport e Tuttosport*, ha confermato vendite in edicola molto importanti al punto da collocarsi tra i primi magazine del settore, con oltre 240 mila copie vendute. Preceduto solamente da un mensile concettualmente differente come *Al Volante*, ha superato le vendite di

un prodotto storico come *Quattroruote*. "I dati di vendita raggiunti confermano che il nuovo taglio di *AM - Motori e stili di vita*, che amplia il raggio d'interesse del magazine con la collaborazione con i due quotidiani è stata una scelta importante e che ci ha dato soddisfazioni importanti - ha dichiarato **Andrea Brambilla**

Direttore Editoriale **Conti Editore** -. Il nuovo *AM - Motori e stili di vita*, riesce a coinvolgere tutti quegli elementi che ruotano attorno alle passioni per i motori a conferma che chi ama questo mondo vuole anche vivere le sue passioni e quello che lo circonda, dall'abbigliamento al turismo fino ai personaggi".

