



QuiFinanza

La finanza è **in**accessibile

www.quifinanza.it un prodotto  italiainline



NICOLA TANZINI, CEO DI INTARGET, INTERVISTATO DA DAILYNET

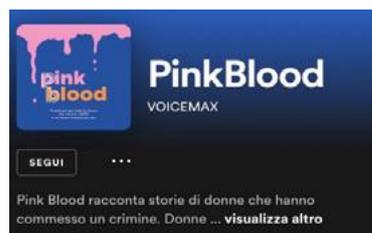
L'intervista Nasce in:ux, la nuova area di intarget che unisce design e esperienza sul dato

12



Adv Dolce & Gabbana con Unlock per la campagna delle sneaker NS1 sulle properties global HypeBeast

15



Media Triboo ci crede sempre e lancia una nuova serie di podcast tematici

8

6 Incarichi Lorenzo Marini Group lancia un nuovo luxury brand, arriva Bambou

22 Rilevazioni I dati dell'Osservatorio Fcp Assointernet: + 9,2% a ottobre, quarto risultato positivo mensile consecutivo

4 Comunicazione "An Icon of your Time": rilancio con l'adv per lo storico orologio digitale di Casio



QuiFinanza

Per capire l'economia, si parte da qui.
www.quifinanza.it

"La finanza è **in**accessibile."

Oltre 9 MILIONI di italiani lo sanno.

Utenti unici*
9,3
milioni mese

Pianifica la tua campagna con noi.

Il miglior rendimento per i tuoi clienti.

KPI superiori ai benchmark di mercato

Fonte: *Audiweb luglio 2020

Amici.it

by Argos di casa

Il media digitale più
EFFICACE sul target
PETS per prodotti
PREMIUM

Scopri di più>>



Media Triboo ci crede sempre e lancia una serie di podcast tematici

L'azienda spicca tra le prime realtà editoriali pure digital ad aver creduto nell'audio digitale, aprendo una divisione dedicata alla raccolta pubblicitaria in reservation e programmatic e lanciando una radio digitale nel 2019, amplia e rafforza l'offerta contenutistica delle proprie testate



Quest'anno il mondo dell'audio digitale ha registrato una crescita considerevole e ha catturato sempre più l'attenzione dei brand con un focus rivolto alle piattaforme di podcasting e ai dispositivi di assi-

stenza vocale. Triboo - tra le prime realtà editoriali pure digital ad aver creduto nell'audio digitale, aprendo una divisione dedicata alla raccolta pubblicitaria in reservation e programmatic e lanciando una radio digitale nel 2019 - amplia e rafforza l'offerta contenutistica delle proprie testate, attraverso la produzione di podcast originali. La prima di queste è Pinkblog, che punta su un ordinary storytelling e che vede come protagoniste una serie di donne che abbattano ogni stereotipo, segnate da

un'esistenza complicata e che, arrivate ad un bivio, hanno intrapreso la strada più buia e sanguinaria: quella del crimine. Blog, dal canto suo, punta allo slow-journalism, attraverso la produzione di "Fixing News", una serie che riaffronta temi e notizie cult, passate in secondo piano, ma che vale la pena ricordare. Agrodolce ha invece avviato la produzione di tre serie: a "La Fumelli in Agrodolce", interviste audio che coinvolgono diversi personaggi di spicco del mondo food, si aggiungono le rubriche

"Free Drink", dedicata ai drink più bevuti al mondo, dalle origini fino alle evoluzioni più recenti, e "Ingredienti Insoliti", dedicata ai prodotti esotici e alle loro storie. Autoblog lancia, poi, "Spoiler", dedicato all'automotive: un podcast verticale che regala ai suoi ascoltatori un quadro delle ultime novità provenienti dal mondo delle quattroruote e che racconta nel dettaglio tutte le principali caratteristiche delle nuove automobili in commercio. Il primo contenuto audio è stato dedicato al lancio del modello Hyundai i20. Giangiacomo Corno, VicePresidente di Triboo, commenta: "Gli ascoltatori di podcast in Italia sono stati circa 13,9 milioni nel 2020, in crescita del 15% rispetto all'anno precedente. Siamo convinti che il settore del digital audio sia un'opportunità a livello editoriale e di advertising da non lasciarsi scappare".

Amici.it

by Argos di casa

Il media digitale più
EFFICACE sul target
PETS per prodotti
PREMIUM

Scopri di più>>

