



media news 

OTTOBRE 2020

MERCATO PUBBLICITARIO

CONSUMER

BROADCASTERS

OTHER PLAYERS

FOCUS ESTERO



GRUPPO MEDIASET
PUBLITALIA '80
MARKETING INTERNAZIONALE



MERCATO PUBBLICITARIO

ENGAGE

REPORT: secondo i dati di IAS, migliora la qualità dei media digitali in Italia

Integral Ad Science (IAS), società specializzata nell'Ad verification nel settore digitale, ha annunciato oggi i risultati della sua analisi: rischio per i brand quasi dimezzato sulle campagne video mobile, mentre è in crescita la viewability.

[LEGGI DI PIÙ](#)

BRAND NEWS

MERCATO PUBBLICITARIO: UNA rivede al rialzo la stima per il 2020 e prevede un rimbalzo nel 2021

Migliorata la stima rispetto al giugno scorso, proiettando la chiusura dell'anno a -12,2%, anziché a -17%, come precedentemente ipotizzato. L'andamento nel 2020 mostra una forte perdita per i mezzi più penalizzati dal confinamento.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ADV EXPRESS

STRATEGIE: Brand safety e Viewability centrali per gli advertiser. Il 32% delle aziende ha incrementato gli investimenti per misurare il valore del brand

È quanto emerge dal convegno «Dati e strumenti di misurazione come asset per la Marca» organizzato da UPA e PoliMi: inoltre, Brand tracking (75%), Analytics digitali (67%), e pre/post test (58%) sono gli strumenti maggiormente utilizzati per valutare l'efficacia delle attività di marketing e comunicazione.

[LEGGI DI PIÙ](#)



CONSUMER

ADV EXPRESS

SCENARI: l'Italia post lockdown tra nuovi device, abitudini di acquisto online e connessioni più veloci

La nuova normalità digitale delle famiglie italiane descritta nel Rapporto Auditel – Censis: i ricercatori hanno intervistato le i nostri connazionali prima dell'inizio e dopo la fine del lockdown, scattando così una fotografia dei cambiamenti avvenuti.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ENGAGE

E-COMMERCE: dopo il lockdown, lo shopping online non frena la crescita. I dati emersi al Netcomm Forum Live

Nel periodo successivo alla chiusura forzata, la frequenza degli acquisti via Internet da parte degli utenti è cresciuta in maniera esponenziale, così come le consegne «contactless».

[LEGGI DI PIÙ](#)

DIGITAL TV EUROPE

ONLINE VIDEO: il mercato italiano dell'intrattenimento audiovisivo è destinato ad una crescita vigorosa nel 2021

Secondo un nuovo report di Futuresource Consulting, il comparto del video entertainment in Italia nel 2021 si riprenderà dal difficile 2020 vessato dalla pandemia.

[LEGGI DI PIÙ](#)



ENGAGE

STRATEGIE: Publitalia '80 continua a investire nell'Ad Tech. Paola Colombo: «Sempre alla ricerca di nuove soluzioni per gli inserzionisti»

Continua lo sviluppo in chiave ad-tech dell'offerta Publitalia '80, con tante novità: dalle nuove soluzioni di re-targeting fino all'introduzione di un nuovo formato pubblicitario (DAI- Dynamic Ad Insertion).

[LEGGI DI PIÙ](#)

BRAND NEWS

STRATEGIE: lo schermo diffuso combina il meglio di TV e digitale, ma ancora solo per 2 advertiser su 10

Matteo Cardani, CMO di Publitalia '80, racconta la centralità della televisione durante il periodo di confinamento domestico: i numeri parlano di una crescita dell'ascolto lineare (+11%) su tutti i digital device. L'obiettivo per il 2021 è la combinazione dei mondi lineari ed online per un offerta commerciale sempre più completa.

[LEGGI DI PIÙ](#)

BRAND NEWS

TECNOLOGIA: Beintoo analizza la mobilità di Genova dopo la riapertura del ponte

A poco più di due mesi dall'inaugurazione, Beintoo – la società ad tech del Gruppo Mediaset – ha condotto una ricerca utilizzando gli strumenti proprietari di location intelligence, per capire il reale impatto della nuova infrastruttura.

[LEGGI DI PIÙ](#)



ADV EXPRESS

RISULTATI TRIMESTRALI: Rai chiude il primo semestre con un utile di 4,8 milioni di €

Secondo la nota della TV pubblica, lieve miglioramento rispetto al corrispondente periodo d'esercizio, mentre le proiezioni economiche sul totale 2020 evidenziano una perdita, ancorché su un livello più contenuto rispetto alle previsioni iniziali.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ENGAGE

STRATEGIE: Rai Pubblicità presenta l'offerta commerciale per dicembre e le feste natalizie

Rai si prepara alla chiusura dell'anno con una ricca offerta di contenuti tra fiction e intrattenimento, nuovi titoli e «gran finali» di stagione: atteso un incremento delle audience del 7% rispetto al periodo omologo nel 2019, bene anche la fruizione digitale.

[LEGGI DI PIÙ](#)

PRIMA COMUNICAZIONE

TECNOLOGIA: Sky lancia Advertising Manager, piattaforma per l'acquisto di spazi multicanale «self» e aperta

Parte dall'Italia, ma con la prospettiva di allargare la presenza a tutti i territori europei già presidiati da Sky, una proposta pubblicitaria dedicata alla piccola e media impresa, finora intercettata principalmente da Google e Facebook. Un mercato che in Italia è valutato circa 1 miliardo di €.

[LEGGI DI PIÙ](#)



ADV EXPRESS

RISULTATI TV: ascolti record a settembre per Discovery Italia

Il gruppo a settembre si conferma terzo editore italiano per share. Particolarmente significativa la crescita sulle fasce di prime time ed access prime time.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ENGAGE

STRATEGIE: Discovery media lancia «Pop up», nuovo format social dedicato alle marche

Sviluppati con le aziende, i contenuti raccontano i valori dei brand utilizzando il tono di voce dei canali televisivi del gruppo. Penny Market primo cliente.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ENGAGE

MERCATO VIDEO: ViacomCBS annuncia il lancio in Italia di Pluto TV

Il colosso statunitense annuncia l'arrivo nel nostro paese della piattaforma streaming AVoD, ovvero gratuita e con pubblicità, già da tempo presente negli USA ed altri mercati europei.

[LEGGI DI PIÙ](#)



OTHER PLAYERS | 1

KEY4BIZ

PUBBLICITÀ ONLINE: l'AGCM apre indagine contro il monopolio di Google

Google è monopolista nella digital advertising in Italia, questa l'ipotesi con cui l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato l'istruttoria nei confronti del gruppo Alphabet per abuso di posizione dominante.

[LEGGI DI PIÙ](#)

BRANDNEWS

DIRITTI SPORTIVI: la Champions League 2021-24 a Mediaset, Sky ed Amazon

All'operatore satellitare il pacchetto con 104 partite, al Biscione il match del martedì e al colosso dell'e-commerce quello del mercoledì.

[LEGGI DI PIÙ](#)

PRIMA COMUNICAZIONE

VIDEO ONLINE: Amazon si fa locale. Julian Monaghan racconta i nuovi canali, le partnership e le iniziative in Italia di Prime Video

In un'intervista, il direttore di Prime Video Channels in Europa annuncia la nuova mossa del colosso dell'e-commerce: il lancio di una partnership per una serie di canali di flusso in streaming.

[LEGGI DI PIÙ](#)



ENGAGE

VIDEO ONLINE: Chili lancia il suo servizio AVoD con un catalogo di film gratuiti grazie all'inserimento della pubblicità

I contenuti della nuova offerta sono disponibili attraverso Smart TV, Web, Mobile e Tablet. La gestione degli inserzionisti è affidata al dipartimento Chili Media.

[LEGGI DI PIÙ](#)

ENGAGE

VIDEO ONLINE: i contenuti di motor1.com arrivano su Samsung TV Plus

L'OEM sudcoreano sceglie Motor1.com per ampliare in Italia l'offerta editoriale disponibile sul suo servizio video gratuito per televisori Smart.

[LEGGI DI PIÙ](#)

PRIMA COMUNICAZIONE

VIDEO ONLINE: debutta Mondo TV Kids, primo canale per bambini sulla Samsung TV Plus

Arriva in Italia un nuovo canale dedicato ai più piccoli. Si tratta di «Mondo TV Kids» ed è la nuova iniziativa del gruppo Mondo TV che si appoggerà alla piattaforma di Samsung per la distribuzione.

[LEGGI DI PIÙ](#)



FOCUS ESTERO



WARC

RICERCHE: telespettatori convinti dalla pubblicità addressable

Secondo un'indagine, gli annunci addressable vengono apprezzati quattro volte di più rispetto a quelli tradizionali, grazie alla combinazione di pertinenza e qualità su grande schermo.

[LEGGI DI PIÙ](#)

BROADBANDTV NEWS

ONLINE VIDEO: rebranding per Dplay nel Regno Unito, nasce Discovery+. Già siglato un accordo con Sky.

L'editore pay diventerà il partner esclusivo per la distribuzione televisiva del nuovo servizio streamer, in abbonamento ma con una sezione gratuita, di Discovery UK.

[LEGGI DI PIÙ](#)

DIGITAL TV EUROPE

STRATEGIE: DAZN richiede la licenza per la trasmissione TV in Germania

L'azienda, che vede nel paese uno dei suoi mercati chiave, ha presentato domanda all'autorità tedesche, chiedendo l'autorizzazione per lanciare due canali lineari, DAZN1 e DAZN2.

[LEGGI DI PIÙ](#)