

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

OPERAZIONE DI BRANDED CONTENT

## .Fox Networks, successo per la campagna Peugeot

PROGETTO CON LA PARTECIPAZIONE DI TATA ADRIANA



L'iniziativa su Foxlife.it

Con i suoi branded content esclusivi, il progetto realizzato da **.Fox Networks per Peugeot** attraverso la sponsorizzazione del minisito "Sos Tata" di **Foxlife.it** ha entusiasmato la community. Per promuovere la nuova monovolume **5008** sono state realizzate 16 clip web in cui Tata Adriana, co-protagonista del docu-reality in onda su **FoxLife** (canale 114 di **Sky**) e viso noto amato dal pubblico in target famiglia, propone su Foxlife.it consigli sulla sicurezza in auto dei piccoli passeggeri. Grazie alla forte sinergia tra contenuto editoriale, video realizzati ad hoc, talent televisivo e prodotto è stato raggiunto il target desiderato. L'engagement con gli utenti è stato confermato dall'elevata partecipazione al forum dedicato su Foxlife.it, moderato dalla Tata online, diventato in poco tempo luogo di confronto con oltre 4.200 domande in-

viate. **Stile Femminile** ([www.stilefemminile.it](http://www.stilefemminile.it)), editore del network di .Fox, ha inoltre realizzato lo speciale redazionale "Piccoli Passeggeri" con 24 articoli sulla tematica sicurezza dei bambini in auto, creando un link fra i contenuti di FoxLife e la propria utenza. Il progetto è stato veicolato attraverso 12.940.000 di impressions tra formati adv ed editoriali su FoxLife e Stile Femminile. «Siamo molto orgogliosi del successo di questa iniziativa poiché i numeri dimostrano il valore dei nostri strumenti e consolidano ulteriormente sul mercato il posizionamento di player di riferimento per brand e prodotti che desiderano essere efficaci sul consumatore attraverso strategie di digital advertising evolute, di qualità e differenzianti - spiega **Francesco Barbarani**, head of .Fox Networks & Digital di Fox International Channels Italy -. Questi risultati ci permettono di diffondere la rilevanza di una cultura digitale nelle logiche di business e di rendere le aziende più consapevoli e vicine alle numerose opportunità generate dal web e dai nuovi device in termini di crescita e raggiungimento di nuove audience iperconnesse». **L'agenzia media che si è occupata della pianificazione è Phd, sigla del gruppo Omnicom Media Group.**

Anno XI - martedì 5 febbraio 2013 n.21

## MEDIASET TGCOM24



È il sito italiano di news con la brand identity più radicata. TGCOM24 è un vero sistema multimediale e multiplatforma, che si avvale di una redazione di **130 giornalisti** che coprono l'informazione 24/7, ed è contemporaneamente in TV, sul canale digitale dedicato, sul web, tablet, smartphone e cellulari. **Terza testata editoriale di news in Italia, è la prima app mobile di news per il numero di download.**