



Ufficiale: a OMD il budget media H&M

21/6/2012

E' stata ufficializzata la notizia già pubblicata da **ADVexpress**. La gara, relativa al budget media della filiale italiana della catena di abbigliamento svedese, è stata vinta dopo un confronto con il centro media uscente, **Carat** e ha visto coinvolte anche **ZenithOptimedia** e **Mindshare**.



OMD (nella foto **Marco Girelli**, Ceo di **Omnicom Media Group**), annuncia ufficialmente che, come anticipato da **ADVexpress** (vedi notizia correlata), ha acquisito il budget media della filiale italiana della catena di abbigliamento svedese **H&M**, che è entrata nel mercato italiano nel 2003, con il flagship store di Milano San Babila.

La gara è stata vinta dopo un confronto con il centro media uscente, **Carat** - che ne ha curato il planning negli ultimi 3 anni - e ha visto coinvolte anche **ZenithOptimedia** e **Mindshare**.

Il budget, che dovrebbe ammontare a **5 milioni** di euro, comprende le attività di comunicazione dalla prossima campagna autunnale, su cui OMD sta lavorando con un team di esperti per gestire la strategia, il buying e il planning per il mercato italiano dell'azienda svedese. Nello specifico la strategia riguarderà sia attività ATL che BTL.

SP