

MICROSOFT ADVERTISING PRESENTA NUOVE OPPORTUNITÀ PER I BRAND

## WINDOWS 8 LANCIA ADS IN APPS. TRA I PRIMI CLIENTI ALFA ROMEO, BARILLA, MEDIA WORLD

**Windows 8** cambierà anche le modalità con cui i brand possono raccontare la propria storia, attraverso nuove opportunità di advertising. Grazie a **Ads in Apps**, infatti, gli utenti possono realmente interagire con i contenuti pubblicitari e con i brand in maniera coinvolgente e totalmente integrata con l'applicazione. Al tempo stesso, gli inserzionisti possono così raggiungere il target di riferimento con soluzioni e formati unici sul mercato, che garantiscono un alto livello di engagement, non interrompono la navigazione dell'utente e arricchiscono ulteriormente il valore percepito dell'applicazione, grazie alla forte contestualizzazione tra contenuto dell'applicazione e advertising. "Da sempre pioniere nella ricerca di soluzioni e formati innovativi capaci di abbracciare e soddisfare al meglio le esigenze degli utenti

e degli inserzionisti, **Microsoft Advertising** sta rivoluzionando il proprio approccio alle modalità con cui sviluppa esperienze pubblicitarie su Windows 8. Stiamo ricevendo dai nostri partner - sia in termini di centri media che di top brand - feedback molto positivi, riconoscendo l'aspetto innovativo e il valore aggiunto che Ads in Apps è in grado di offrire - ha commentato **Giorgio Gabrielli**, direttore della Divisione Advertising e Online di Microsoft Italia - Windows 8 si conferma così una soluzione all'avanguardia ideale per combinare business ed intrattenimento, che grazie all'esperienza e al know-how di Microsoft Advertising, consente ai brand di creare awareness e stabilire un dialogo continuo e costruttivo con gli utenti, trasportandoli all'interno delle app per un'esperienza esclusiva e coinvol-

gente, di valore per le aziende". Con Ads in Apps, infatti, le aziende possono scegliere di veicolare la propria campagna attraverso le Bing Apps, le Xbox Apps (tutte pre-installate su Windows 8) oppure attraverso le 3rd parties Apps. A livello globale saranno un centinaio i brand partner coinvolti al lancio di Windows 8, tra cui **Nissan** che declinerà la campagna di comunicazione nei principali paesi europei. Per l'Italia i marchi che saranno presenti con le loro campagne sulle Bing Apps sono **Alfa Romeo, Barilla, Media World, Samsung e Wind** mentre **Telecom Italia**, con **Cubomusica**, presiederà le **Xbox Apps**. Il risultato su questo fronte è stato ottenuto in partnership con le agenzie media **Maxus, Omnicom Media Group, ZenithOptimedia, Starcom e Media Insight**. Infine, le 3rd parties Apps locali disponibili

dal 26 ottobre che hanno affidato la vendita della loro pubblicità alla concessionaria Microsoft Advertising, saranno **alberghiturismo.it, CineTrailer, iLMeteo.it, musiXmatch lyrics, Garzanti Linguistica e Sanihelp.it**. I clienti partner di Microsoft al lancio vedranno la loro campagna live dal 26 ottobre fino al 31 gennaio e avranno la possibilità di partecipare ad una ricerca di ad effectiveness che verrà condotta nei 10 paesi che parteciperanno con l'advertising dal lancio del sistema operativo. Da mesi Microsoft Advertising collabora a livello internazionale con cinque agenzie creative partner per la realizzazione dei primi annunci pubblicitari all'interno delle applicazioni di Windows 8: **Big Spaceship, Razorfish, Team Detroit, UM e Y&R** per garantire ai brand un'esperienza unica all'interno del nuovo sistema operativo.

OLTRE 120 MILA FILE PROVENIENTI DA TUTTO IL MONDO AGGIUNTI SETTIMANALMENTE

## DEPOSITPHOTOS SFIORA I 10 MILIONI DI FILE

**Depositphotos**, agenzia microstock in rapida crescita, ha raggiunto l'obiettivo di 10 milioni di file disponibili per la vendita all'interno del suo archivio, una libreria così grande conquistata in soli tre anni. Sono oltre 120 mila i file provenienti da tutto il mondo che vengono aggiunti settimanalmente. "Siamo molto orgogliosi di lavorare con autori di talento, tra fotografi, illustratori, operatori video, ma anche

studios. Questo traguardo è un nostro successo comune - ha detto **Igor Kaliuzhnyi**, chief operating officer di Depositphotos -. Continuiamo a lavorare per migliorare il servizio: recentemente abbiamo reso il nostro processo di esame di valutazione dei collaboratori molto più semplice, al fine di incoraggiare nuovi autori a portare i loro nuovi lavori nell'archivio di Depositphotos".

