



Phd si aggiudica il budget media Coop.

Milano, 8 gennaio 2013 – Coop Italia ha deciso di affidare il proprio budget media a Phd, agenzia del gruppo Omnicom Media Group.

Coop è marchio leader nella grande distribuzione organizzata del nostro Paese (una quota di mercato del 18,4%, un fatturato di oltre 13 miliardi di euro, 1.474 strutture di vendita, oltre 56.900 addetti) e si configura come una rete di imprese che appartiene a circa 8 milioni di soci con una percentuale di crescita del 3,6%. Le cooperative di consumatori sono riuscite a creare in Italia una solida e capillare rete in grado di coniugare le logiche di mercato con la responsabilità sociale.

L'assegnazione è avvenuta in maniera diretta, senza alcuna gara e Phd – di cui recentemente è stato nominato Managing Director Vittorio Bucci – subentra all'uscente MEC.

Si tratta della seconda acquisizione dell'anno per Omnicom Media Group, dopo la recente vincita del budget Sisal da parte dell'altra sigla del gruppo, OMD.

PHD

Nata a Londra nel 1990 come la prima agenzia media specializzata nella funzione di planning nella sua accezione più ampia, PHD rappresenta oggi una realtà innovativa nel planning e buying di mezzi classici, digitali ed emergenti.

PHD è un network globale con più di 2.500 dipendenti in più di 60 paesi ed è basata sulla cultura del pensiero strategico, della creatività e dell'innovazione.

Nel 2010, PHD ha vinto nove riconoscimenti 'Media Agency of the Year' a seguito dell'acquisizione di molti importanti new business in diversi paesi. Continua a fornire servizi seguendo la filosofia di "Trovare un modo migliore" per i propri clienti.

Omnicom Media Group è la divisione media di Omnicom Group Inc. Le sue attività comprendono i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD Worldwide e PHD Network.

Omnicom Group Inc. (quotata al New York Stock Exchange: OMC) (www.omicomgroup.com) è una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale. Il network della galassia Omnicom, che comprende numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione, realizza campagne pubblicitarie, pianificazioni media, direct marketing e promozioni, relazioni pubbliche ed altri tipi di comunicazione specialistica, per più di 5.000 clienti in oltre 100 nazioni nel mondo.