

## CONCESSIONARIE

# Mondadori Pubblicità confluisce in Mediamond

**L'IPOTIZZATA CONCENTRAZIONE DELLE ATTIVITÀ PUBBLICITARIE DI MEDIASET E MONDADORI PRENDE CORPO: LA RACCOLTA DEL GRUPPO DI SEGRATE VA ALLA JOINT VENTURE PARITETICA TRA MONDADORI PUBBLICITÀ E PUBLITALIA '80. ESCLUSA, PER ORA, LA TELEVISIONE**

**D**opo mesi di indiscrezioni, la ventilata concentrazione tra le attività pubblicitarie di Mediaset e Mondadori è ufficialmente partita.

La scorsa settimana, infatti, le due società hanno annunciato il via dell'integrazione delle attività di raccolta di Mondadori Pubblicità, controllata da Mondadori Editore, in Mediamond, joint venture costituita nel 2009 e pariteticamente partecipata da Mondadori Pubblicità e da Publitalia '80. Il progetto riguarda l'integrazione in Mediamond, che già gestisce la vendita degli spazi pubblicitari sui siti web editi dal Gruppo Mondado-

ri, da R.T.I. e da editori terzi, delle attività relative alla raccolta su testate periodiche ed emittenti radiofoniche facenti capo a Mondadori Pubblicità.

Dal progetto è, per ora, esclusa la tv: la raccolta sulle reti gratuite Mediaset continuerà a essere effettuata esclusivamente da Publitalia e quella sulle reti pay esclusivamente da Digitalia.

Con questa operazione, Mediamond di fatto diventa la più completa concessionaria di raccolta pubblicitaria integrata per le attività nei magazine, radio e web in Italia. "Le aziende hanno bisogno di rispondere alle esigenze dei loro potenziali clienti su tutte le piattaforme possibili e in qualsiasi momento della giornata: la nuova Mediamond, con digitale, periodici e radio, le potrà guidare su questo percorso", sottolinea la nota divulgata congiuntamente da Cologno e Segrate.

Nello specifico, l'operazione si articolerà attraverso il conferimento da Mondado-

ri Pubblicità a Mediamond del ramo di azienda commerciale relativo alle attività di raccolta pubblicitaria sulle testate periodiche e radiofoniche edite da Mondadori e da editori terzi, cui seguirà un aumento di capitale di Mediamond riservato a Publitalia '80 con conseguente mantenimento delle partecipazioni paritetiche detenute in Mediamond dagli attuali azionisti. L'attività di Mondadori Pubblicità si concentrerà a questo punto esclusivamente sulla gestione delle operations, ovvero la presta-

zione di servizi di supporto operativo alla raccolta pubblicitaria. "I

benefici economici attesi dall'operazione - si legge ancora nella nota - mirano a un progressivo assorbimento del margine negativo di Mondadori Pubblicità grazie al miglioramento nella capacità di generare nuovi ricavi". Mediamond, di cui è a.d. Davide Mondo, dopo aver chiuso il 2012 con una raccolta di 37,4 milioni di euro (+63,4%), è ulteriormente cresciuta del 18,3% nei primi 9 mesi del 2013, invece Mondadori Pubblicità aveva chiuso il 2012 a 172,9 milioni di euro, in calo del 21,4%. Paolo Salvaderi, che ne è stato nominato recentemente d.g., avrà la responsabilità dell'area periodici e radio in Mediamond che, peraltro, rinnoverà il proprio CdA sempre agli inizi del 2014.



### NUOVI ASSETTI ANCHE AI VERTICI

NELLE FOTO IN BASSO: A SINISTRA IL DIRETTORE GENERALE DI MONDADORI PUBBLICITÀ PAOLO SALVADERI. A DESTRA, L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI MEDIAMOND DAVIDE MONDO. A INIZIO 2014 È PREVISTO IL RINNOVAMENTO DEL CDA DELLA CONCESSIONARIA COSTITUITA NEL 2009

### ENEL

## #guerrieri riparte con un programma su La7

Lanciata a settembre, la campagna #guerrieri di Enel ha raccolto ottimi risultati in termini di partecipazione, ma anche diverse critiche: l'hashtag, infatti, si è presto trasformato in una leva per muovere critiche all'azienda piuttosto che in un modo per prendere parte al contest raccontando le proprie sfide quotidiane. Ma Enel punta forte sul concept valoriale della comunicazione #guerrieri e da domani andrà in onda su La7 con "Guerrieri - Storie di chi non si arrende" con Saturnino. Che girerà l'Italia alla scoperta delle vite curiose degli "eroi" che ogni giorno animano il nostro Paese.

### PROTAGONISTI

## Lucini & Lucini: appuntamento a lab Forum



Nuovo Headquarter Milanese e battesimo a lab Forum, per una chiusura d'anno "col botto". Parliamo di Lucini & Lucini Communications, azienda che dal 1999 propone soluzioni all'avanguardia per campagne efficaci di email marketing e lead generation, che ha recentemente inaugurato la sua nuova sede nella metropoli lombarda, a Sesto San Giovanni, e che quest'anno per la prima volta sarà presente all'evento di riferimento per la industry interattiva con un proprio stand.

Lucini & Lucini Communications, che vanta oltre 250.000 campagne all'attivo sul solo database italiano, offre un servizio altamente competitivo in grado di raggiungere più di 72 milioni di utenti profilati nel mondo con operazioni

altamente personalizzabili e mirate, garantendo il miglior tasso di conversione in particolare per le campagne rivolte a mercati di nicchia, ma il business di questa struttura non si focalizza solo sul mercato domestico. L'azienda, guidata dal ceo Marco Lucini, è riuscita a penetrare con successo il mercato dei Bric (Brasile, Russia, India, Cina) raccogliendo in questi paesi oltre 39 milioni di indirizzi su cui è possibile effettuare campagne sia di brand awareness che di incremento delle vendite (sia tramite ecommerce che come supporto all'attività dei local store). Dall'alto di questi numeri, e per poter dare la massima evidenza alle opportunità riservate alle agenzie e ai clienti italiani, Lucini & Lucini sarà presente per la prima volta con un proprio stand allo lab Forum di Milano, dopo aver partecipato alle omologhe manifestazioni europee e mondiali.