

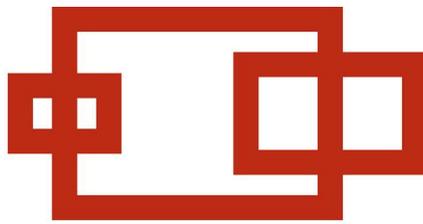
agenzie/sviluppo



NOW AVAILABLE PRESENTA NOLINE, LA DIVISIONE DEDICATA AL SECOND SCREEN ADVERTISING

Si chiama NoLine la nuova "multi-screen adv unit" che la neutral agency ha creato con l'obiettivo di analizzare e sviluppare campagne pubblici...

26 Luglio 2013



noline
multi-screen adv unit

NOW AVAILABLE PRESENTA NOLINE, LA DIVISIONE DEDICATA AL SECOND SCREEN ADVERTISING

26 Luglio 2013



DALL'AGENZIA

Si chiama **NoLine** la nuova “multi-screen adv unit” che la neutral agency ha creato con l’obiettivo di analizzare e sviluppare campagne pubblicitarie second screen per le aziende. Secondo gli ultimi dati diffusi da IAB Italia il 60% degli utenti guarda la TV online e sono circa 11 milioni gli italiani che compiono online azioni collegate al programma che stanno guardando in televisione. E’ la fotografia, parziale ma significativa, di un’attitudine al multitasking (TV + laptop, smartphone o tablet), negli USA chiamata **second screen experience**, che si sta diffondendo anche in Italia coinvolgendo in particolare il mercato dei media e della comunicazione pubblicitaria.

La nuova “multi-screen adv unit”, composta da un team di professionisti guidato da **Stefano Pagani** (nella foto), General Manager e Socio fondatore dell’agenzia pubblicitaria, sta già lavorando allo sviluppo della tecnologia e in autunno presenterà una prima ricerca sul second screen advertising in Italia.

“Le opportunità offerte alle aziende dal second screen advertising sono davvero tante” – afferma Stefano Pagani – “per sfruttarle al meglio è importante rivolgersi a una struttura creativa abituata a ragionare al di fuori degli schemi tradizionali ancora fermi alla distinzione netta tra online o offline. E’ per questo che con la unit NoLine abbiamo deciso di eliminare questa “linea” proponendo sul mercato un approccio realmente innovativo che solo un’agenzia di carattere neutrale come Now Available può offrire”.

Rispecchiando la filosofia “media neutral” dell’agenzia, il team è attualmente composto da cinque professionisti che interpretano l’assenza di confini metodologici e applicano la neutralità sull’approccio creativo, funzionale e sul modello di business: **Matteo Ruisi** (traditional creative), **Antonio Zuddas** (digital creative), **Michele Prevato** (attention planner), **Cinzia Migliardi** (social media specialist) e **Seby Fortugno** (technical developer).

Maggiori dettagli e la descrizione delle numerose opportunità di business per le aziende sul sito <http://noline.nowavailable.it>