DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXX 069
martedì 14 aprile 2020


Radio Italia TV
canale 70 digitale terrestre • 725 SKY • 35 tivùsat

# Dati FCP-Assogotv: a febbraio 1,178 milioni di fatturato in crescita del 9,1% per la Go Tv

## Nel periodo gennaio-febbraio 2020 2,290 milioni, a +5,5% e il mezzo diventa veicolo di un messaggio di un contenuto nazionale in tempi di coronavirus

L'Osservatorio FCP-Assogotv ha raccolto i dati relativi al fatturato pubblicitario della Go Tv nel mese di febbraio 2020. Il mezzo ha registrato un fatturato totale di 1,178 milioni con un incremento pari al 9,1% rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel periodo gennaio-febbraio 2020 il fatturato totale è di 2,290 milioni, a +5,5% rispetto al corrispettivo dell'anno precedente. Angelo Sajeva, Presidente FCP-Assogotv commenta: "La Go Tv conferma a febbraio il suo ruolo strategico nei piani media e tv delle aziende con una crescita combinata delle settimane di on air e dei clienti e dei settori coinvolti che hanno portato la Go Tv a un incremento vicino al double digit (+9,1%) in un mercato degli investimenti che non appare così vivace. Il Coronavirus a marzo ha solo momentaneamente modificato la mobilità degli italiani a seguito del lockdown; è da sottolineare che in queste settimane la Go Tv ha continuato a informare e accompagnare un target meno numeroso ma molto prezioso, ovvero quello delle persone che lavorano per le attività essenziali e strategiche, che si muovono per andare negli ospedali e per assistere i malati. Come, in primis i nostri medici e i nostri infermieri e tutto il personale e gli addetti alla distribuzione dei prodotti alimentari e di prima necessità, che attendono di tornare ad essere protagonisti della libertà di movimento degli italiani. A tutte queste persone va il nostro grande e sincero grazie; proprio la tipologia del target dell'attuale mobilità enfatizza l'aspetto valoriale della Go Tv, media affine per comunicare campagne sociali e di informazione, campagne di ringraziamento e di pubblica utilità nonché relative ai prodotti e servizi della filiera agro - alimentare e dei farmaceutici. Ci piace informare che la Go Tv diventa in questi giorni veicolo di un messaggio di un contenuto nazionale: nelle stazioni, nelle metropolitane, negli aeroporti e nelle aree di ristoro delle autostrade si distingueranno le note dell'inno nazionale e dell'aria lirica Nessun dorma, mentre più di 6.000 bandiere sventoleranno portando colore e fiducia in questi luoghi di transito per rendere un omaggio a chi ogni giorno ci assicura con il proprio lavoro, i prodotti e servizi essenziali".

Angelo Sajeva

# Persone Massimiliano Sortino è uscito a fine marzo: l'Ufficio Comunicazione di Condé Nast si riorganizza

Nuova struttura organizzativa per l'Ufficio Comunicazione di Condé Nast Italia composto da Serena Scorciarino, Communications Manager, coadiuvata da Ginevra Zaganti, Digital Communications Manager. Entrambe rispondono a Francesca Airoldi, Chief Marketing Officer di Condé Nast Italia. Massimiliano Sortino ha lasciato l'Ufficio Comunicazione di Condé Nast a fine marzo per dedicarsi a nuove sfide professionali.

DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXX 026
mercoledi 12 febbraio 2020

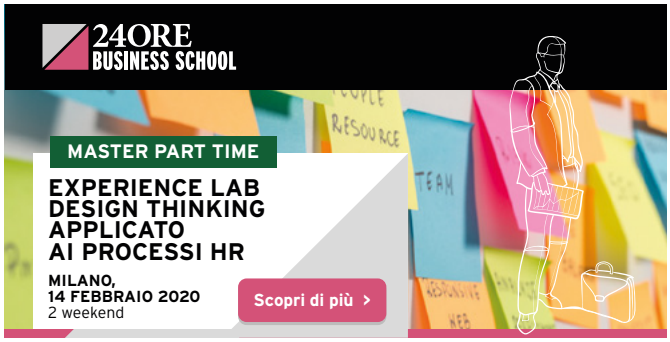
# Mercato La Go Tv nel 2019 fattura più di 21 mln in crescita del 4,5%; a dicembre i milioni sono 2,7

## Sono quasi 500 i clienti del mezzo nel periodo e l'80% di quelli che hanno rinnovato l'investimento lo hanno anche aumentato mediamente del 5%

L'Osservatorio FCP-Assogotv ha rilasciato ieri i dati relativi al fatturato pubblicitario del mezzo Go Tv relativi al mese di dicembre 2019. Nel periodo gennaio-dicembre 2019 il fatturato totale è di 21.291.000 euro. Tale dato corrisponde a un incremento del fatturato pubblicitario del mezzo pari a 4,5% rispetto al corrispettivo 2018. In dettaglio a dicembre 2019 il fatturato è di 2.702.000 euro. Angelo Sajeva, Presidente FCP-Assogotv, ha commentato in una nota: "La Go Tv ha concluso l'anno confermando la vivacità espressa mese dopo mese che la porta a chiudere il periodo gennaio - dicembre con un chiaro segno positivo (+4,5%) in un mercato in flessione. La Go Tv si è ormai affermata nella fase strategica di scelta dei media spiccando per la sua peculiarità di rispondere a variegate esigenze di comunicazione: ottimizza le coperture televisive a condizioni di efficienza, è preziosa per i target attivi nel Day Time, può essere pianificata da sola o in sinergia con la tv e gli altri media, rinforza campagne areali e supporta la call to action dei brand nel momento della loro massima stagionalità. Sono quasi 500 i clienti della Go Tv nel 2019 e l'80% di quelli che hanno rinnovato l'investimento lo hanno aumentato mediamente del 5%, a conferma del riconoscimento dei contributi offerti da questo media. L'ulteriore possibilità di pianificare la Go Tv in modalità data driven ha allargato ai brand nativi digitali e a quelli con strategia di comunicazione full digital. Con un palinsesto che continua ad arricchirsi, veloce e impattante, un audio di qualità e una tecnologia moderna, la Go Tv si candida così per il 2020 quale media di tendenza nell' ambito della mobilità che rende più attrattivi tutti gli ambienti dove è presente la Go Tv: aeroporti, stazioni, metropolitana e mezzi di superficie. La Go Tv può così accompagnare qualsiasi campagna di comunicazione e di videostrategy, favorendo la continuity del planning e il potenziamento della brand awareness".

Angelo Sajeva

DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXX 005
martedì 14 gennaio 2020


# Mercato Go Tv: a novembre oltre 1,9 milioni di euro di fatturato a +16,5%, la terza performance più alta dell'anno

## Nel cumulato gennaio-novembre 2019 il risultato è di 18,589 milioni di euro con un incremento del 7,1%

Angelo Sajeva

L'Osservatorio FCP-Assogotv ha raccolto i dati relativi al fatturato pubblicitario del mezzo Go Tv nel mese di novembre 2019. Il fatturato totale è di 1,911 milioni di euro. Tale dato corrisponde ad un incremento del 16,5% rispetto allo stesso periodo del 2018. Nel cumulato gennaio-novembre 2019 il fatturato totale è di 18,589 milioni. Tale dato corrisponde a un incremento del 7,1% rispetto al corrispettivo periodo del 2018. Angelo Sajeva, Presidente FCP-Assogotv, ha commentato in una nota diffusa ieri: "Performance a doppia cifra e la terza più alta dell'anno, a conferma di un trend robusto e vivace che aumenta di un punto percentuale il progress a novembre 2019. Contribuisce al risultato la netta crescita della continuity con aziende che pianificano anche tutto il mese, ottimizzando i risultati delle coperture dei piani televisivi, in generale pianificati secondo flight di 2 o 3 settimane. Si rafforza ulteriormente il settore del largo consumo, migliora la performance dell'auto e accelera il settore energia contribuendo a rendere sempre più ricco e completo il mix dei settori e dei brand scelti per la Go Tv".