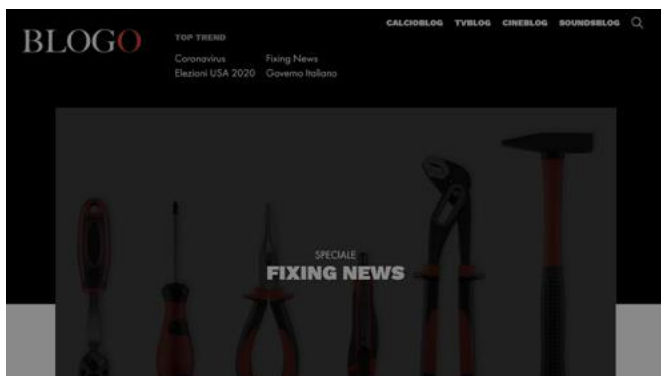




Comunicazione Online il nuovo Blogo.it

Un restyling generale per la storica testata giornalistica di Triboo: rinnovati grafica e contenuti, lancio di un'offerta integrata di podcast

Con oltre sei milioni di utenti unici ogni mese, Blogo.it - storica testata online incentrata sui principali temi di attualità e di approfondimento generale - rimane un punto di riferimento dell'informazione online. Era arrivato, quindi, il momento di un restyling per il sito fondato quindici anni fa e parte di Triboo. Una ridefinizione che riguarda sia la parte tecnologica sia la veste grafica, oggi più lineare e intuitiva. La sinergia dei contenuti e il layout rinnovato, rendono la user experience del nuovo blogo.it più coinvolgente e accattivante. Il nuovo portale si arricchisce di una sezione "Fixing News", sviluppata in collaborazione con Slow News, pionieri nello slow journalism italiano, con l'obiettivo di fornire ai lettori informazioni più mirate e dettagliate, discostandosi nettamente dal concetto di breaking news, ovvero quelle notizie "bomba" lanciate con l'unico scopo di attirare il lettore attraverso la forza del titolo



verso una notizia lacunosa e troppo spesso poco interessante. Nel caso di "Fixing News", infatti, i lettori avranno il tempo di leggere news complete, e dunque, ne potranno apprezzare la qualità e, soprattutto, l'attendibilità.

CONTINUITÀ NEL CAMBIAMENTO

Fedele alla propria linea editoriale, blogo.it continuerà a trattare di attualità, cronaca, sport e delle principali notizie dall'estero. A completamento dell'offerta contenutistica, saranno sempre pre-

senti approfondimenti dedicati alla musica (Soundsblog), al calcio (Calcioblog) e al cinema (Cineblog). Parte integrante della storica testata online è TvBlog, magazine dedicato al settore dello spettacolo e che vanta un ampio seguito fra gli addetti ai lavori e appassionati. A guidare il progetto editoriale è Gabriele Capasso, Direttore Editoriale di blogo.it, che segue da anni l'evoluzione del celebre portale online. Giangiacomo Corno, VicePresidente di Triboo, commenta: "Blogo ha subito rappresentato un'opportu-

nità e il suo restyling ci permette oggi di offrire sul mercato un sito che ha fatto la storia dell'informazione online in Italia con un look&feel e una linea editoriale moderna e accattivante. Politica, Entertainment e Sport sono i tre filoni su cui si basa il progetto e che permettono di completare l'offerta di Triboo a livello di advertising e branded content".

UN MODELLO FREE, MA AGGIORNATO

"Blogo.it è nato quindici anni fa, con il fenomeno del nanopublishing, in un'altra internet, che sembrava libera, sostanzialmente gratuita per gli utenti. Oggi l'informazione si muove in un contesto più difficile, la qualità ne risente, il meglio è protetto da paywall. Blogo, con il suo modello free, è ancora pronta a raccontare il mondo da un punto di vista privilegiato, di chi da sempre opera sul digitale, ma con un nuovo approccio, più approfondito e meno istantaneo. Si veloce, ma ragionato", commenta Gabriele Capasso, Direttore Editoriale di blogo.it.

Protagonista dell'iniziativa è la lavastoviglie autodose, in collaborazione con Finish/Reckitt

Continua, anche quest'anno, la collaborazione che lega Beko e Finish. Una campagna digitale frutto dell'intesa sarà on air fino al prossimo 26 novembre e prevede il rilancio ottimizzato con target definito su canali dedicati tra cui YouTube e il network Google, con una stima di oltre 9.000.000 di impression durante il mese di messa in onda.

Advertising Live fino al 26 novembre la nuova campagna digitale di Beko



Quest'anno, l'attività coinvolge la Lavastoviglie AutoDose di

Beko e i prodotti Finish di Reckitt Benckiser: un'accoppiata vincen-

te che garantisce "un dosaggio perfetto e risultati straordinari".