



## Media Radio Nerazzurra, la voce dei tifosi interisti, lancia nuovi format

La Digital Radio del Gruppo Triboo amplia il palinsesto e presenta una serie di proposte variegiate dedicate ai tifosi della Beneamata



Triboo, Gruppo attivo nel settore digitale e quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, prima realtà italiana ad aver scommesso sul mondo dell'Audio Digitale, ha lanciato lo scorso anno una delle prime radio digitali interamente dedicate al mondo del calcio e la prima in assoluto dedicata ai colori nerazzurri. Il progetto rappresenta una novità tecnologica con cui poter raggiungere in modo nativo e diretto il proprio target di utenza grazie alla moltitudine di strumenti a disposizione per ingaggiare i propri ascoltatori in un'ottica mul-

timediale: App, Mobile, piattaforme podcast (Spotify, Google Podcast, Apple Podcast etc.), social network e per ultimo l'accordo con il canale televisivo nazionale Sportitalia (canale 60 del digitale terrestre), per la ritrasmissione delle dirette su applicazione e bouquet on demand.

### IL PALINSESTO

L'offerta in streaming copre l'intera giornata, alternando talk show in diretta a un'ampia scelta di podcast editoriali. Cinque trasmissioni originali distribuite in sei ore di diretta



(08:00-14:00), condotte da sei giornalisti e speaker autorevoli, riconosciuti nel panorama calcistico. Tra i nuovi format targati Radio Nerazzurra spicca il "Live Match", la radiocronaca in diretta di tutte le partite della Beneamata, sperimentata durante la ripresa del campionato post-Covid-19 e ora divenuto format consolidato per poter seguire insieme ai tifosi ogni emozione della stagione. Dopo il primo anno di trasmissioni, la nuova stagione parte con nuove sfide, prima fra tutte: aumentare la brand awareness sul tifoso interista rispetto al panorama editoriale sportivo, grazie a un approccio autorevole delle testate giornalistiche con cui l'emittente collabora e alla voce degli speaker riconosciuti da tutti i tifosi.

### TIFOSI FORTUNATI

Il tifoso spicca direttamente al centro del progetto: con l'app di Radio Nerazzurra gli utenti, tramite un sistema di gamification (sondaggi, eventi e gaming app) e una proposta di contenuti coinvolgenti, avranno la possibilità di guadagnare codici sconto utilizzabili su svariati e-commerce affiliati. È proprio sulla community di tifosi fidelizzati che si basa il progetto della web radio milanese, che punta a superare i 2,5 milioni di ascolti totalizzati la scorsa stagione e i 100.000 download apps. Radio Nerazzurra offre al tifoso uno spazio in cui dare sfogo al proprio Interismo rappresentando, sempre più, la voce dei tifosi interisti.

## Adv Ikea torna in pianificazione e attiva una campagna "green"



Ikea torna in pianificazione con una nuova campagna che vuole celebrare i moderni eroi domestici, che ogni giorno sostengono la causa green con semplici gesti e azioni quotidiane, a volte inconsapevoli, ribadendo che tutti insieme possiamo contribuire a rendere il nostro pianeta un posto migliore per le generazioni future, modificando le nostre abitudini e attuando piccoli e grandi gesti sostenibili. La campagna è on air dal 27 settembre e si svilupperà su

L'operazione on air dal 27 settembre e si svilupperà su tv, web e social; firma di McCann Spagna con il planning di Wavemaker

tv, web e social con soggetti con tagli da 30 e 15 secondi realizzati da McCann Spagna e pianificati da Wavemaker. La nuova campagna fa parte della strategia di Ikea per ridurre l'impatto complessivo medio di ogni prodotto del 70% entro il 2030, per permettere a più di un miliardo di persone di vivere una vita quotidiana migliore rispettando i limiti del pianeta. Ikea con la nuova campagna di comunicazione.