

Audiolibri, podcast e streaming: Storytel torna a Milano con IGPDecaux

Milano, 12 settembre 2019 – Storytel, società svedese che propone il servizio di streaming, audiolibri e podcast, torna in comunicazione con IGPDecaux per il mese di settembre con una grande campagna Out Of Home che coinvolgerà differenti asset in tutta la città di Milano.

Dopo la celebrazione del suo primo compleanno lo scorso luglio, Storytel prosegue con la promozione della sua campagna con una station domination nella stazione milanese di Loreto, un circuito nelle stazioni metropolitane, un fantastico tram darsena decorato e un circuito maxi side sugli autobus che circoleranno per la città.

Le creatività promosse sui vari asset, coinvolgono i passeggeri e i cittadini, grazie alla personalizzazione dei messaggi promossi nelle varie campagne.

“Storytel è arrivata in Italia da poco più di un anno portando con sé tutta l’esperienza di un grande gruppo presente in 20 Paesi al mondo. È sempre più evidente che nel nostro Paese l’ascolto non è solo intrattenimento, ma anche un valore molto importante. Se tutti noi imparassimo ad ascoltare, potremmo vivere in un paese più attento alla voce delle persone che lo abitano. Riappropriamoci di un tempo prezioso: quello dell’ascolto. Un messaggio forte che siamo felici di aver lanciato a Milano con la campagna in collaborazione con Dude e IGPDecaux.” – afferma Marco Ferrario, Country Manager di Storytel Italy.

Una grande campagna attivata da Storytel che attraverso la promozione degli audiolibri, ha lanciato un progetto di comunicazione focalizzato sull’importanza dell’ascolto: i messaggi soggetto dell’advertising sono citazioni tratte dagli audiolibri disponibili sulla piattaforma, che conta oltre 65.000 titoli in inglese e circa 4.000 in italiano.

La campagna è stata realizzata da Storytel in collaborazione con IGPDecaux, con l’agenzia creativa Dude e con l’agenzia Media Personal Media.

Cifre chiave IGPDecaux:

- Fatturato 2018: 133,6 milioni di euro
- Dipendenti: 320
- Presente in 118 comuni italiani
- 87.700 facce pubblicitarie
- Trasporti: 180.000 spazi
- Arredo Urbano: 12.000 spazi
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino): 34.000 spazi
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino): 1.000 spazi
- Billboard: 1.000 spazi
- Digital: 500 spazi
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001

