Fastweb insieme a Mindshare per l'advertising del futuro

L'agenzia di GroupM si occuperà di planning e buying sui Media offline e online.

Milano, 02 dicembre 2022 – Si è chiusa la gara indetta lo scorso giugno da Fastweb e gestita da Ebiquity per la gestione dei suoi investimenti pubblicitari. L'incarico è stato affidato a Mindshare (GroupM) che si occuperà del planning e del buying online e offline di Fastweb per il prossimo biennio.

"L'innovazione costituisce uno degli elementi chiave della storia di Fastweb, un'attitudine fortemente orientata allo sviluppo di tecnologie e servizi di ultima generazione in risposta al cambiamento delle esigenze dei nostri clienti. Un'attitudine che abbiamo scelto di adottare anche per il nostro investimento media, scegliendo un'agenzia composta da un team di professionisti che contribuirà a garantire l'allineamento dei valori del nostro brand con il modo in cui le persone interagiscono con esso, in un mercato in rapida trasformazione", ha commentato Michele Sarzana, Head of Brand Marketing & Communication di Fastweb.

"A Vizeum e al gruppo Dentsu vanno i più sentiti ringraziamenti per il supporto prezioso ricevuto in un processo costante di crescita reciproca nei 12 anni trascorsi assieme" aggiunge Roberto Baldassarre, Manager of Media & Sponsorship di Fastweb.

L'agenzia creativa di cui si avvale Fastweb per la realizzazione delle sue creatività pubblicitarie è The Bunch, mentre per l'ideazione di campagne Atl, Btl e Digital, è Take. È in corso, invece, la gare per la gestione delle campagne sui social.

Per informazioni:
Ufficio Stampa Fastweb spa

Roberta Dellavedova
Cel. +39 348 14 71 722
roberta.dellavedova@fastweb.it

Oscar Daniel Berardi
oscardaniele.berardi@fastweb.it