

'Uomini liberi' in edicola con Famiglia Cristiana e on air con MRM Worldwide Italia

5/9/2011

La nuova iniziativa editoriale raccoglie gli scritti autobiografici e il pensiero di 10 protagonisti del nostro tempo. A sostegno una campagna pianificata da **Mediacom** su stampa quotidiana (**Tv** e **La7**) e radio. Anche i media del **Gruppo Editoriale San Paolo** ospiteranno uscite secondo la periodicità e la specificità del mezzo. Prevista anche una campagna online curata da **Performedia**.



E' partita con *'Gandhi - chi segue il cammino della verità non inciampa'* la nuova iniziativa editoriale allegata a **Famiglia Cristiana** che raccoglie gli scritti autobiografici e il pensiero di 10 protagonisti del nostro tempo. Una collana in dieci volumi unisce le testimonianze di coloro che hanno mosso le coscienze, che hanno fatto la storia del XX secolo nell'ambito della cultura, della politica, della scienza, e della fede. Sono le testimonianze di una vita coerente con ideali di portata universale.

La collana è pensata per tutti: genitori, educatori, giovani e adulti. Ogni settimana Famiglia Cristiana accompagna l'uscita del volume con servizi che sintetizzano la portata del pensiero di ciascun autore nella contemporaneità, compresi cenni biografici e storici. Dopo Gandhi, uscito in cut price a 6,90 euro lo scorso 28 agosto, i volumi che seguono sono offerti in acquisto opzionale a 6,90 euro.

A sostegno una campagna pubblicitaria realizzata da **MRM Worldwide Italia** e pianificata da **Mediacom** che interesserà, per l'offline, i quotidiani **la Sera**, **La Repubblica**, **La Stampa** e **Il Sole24Ore** nel periodo di lancio e **Avvenire** per tutta la durata dell'iniziativa. Sono inoltre pianificate le emittenti televisive di **Sky Tv** e **La7** nel periodo di lancio e quelle radiofoniche **Rai** e radio commerciali come **Radio Capital**, **Radio DeeJay**, **RMC**, **Radio24**, **RISMI**, i circuiti **CNR** (oltre 50 emittenti locali) e **Italia5** (11 emittenti locali).

Anche i media del **Gruppo Editoriale San Paolo** ospiteranno uscite secondo la periodicità e la specificità del mezzo: sui mensili **Jesus** e **Vivere in armonia**, sulle emittenti **Telenova**, **Telenor** e **Radio Marconi** per tutta la durata dell'iniziativa.

La campagna online è invece curata e pianificata dall'agenzia **Performedia**. Sono previste attività di display adv nelle prime settimane rivolte a un mix di siti navigati da lettori evoluti, in cui si parla di libri d'autore e ai temi di attualità: **Corriere.it**, **Repubblica.it** homepage, **Bol.it** e **Repubblica.it Spettacoli&Cultura**.

Lungo tutta la durata dell'iniziativa si svilupperanno azioni di traffic building grazie a un set di keywords specifiche e tematiche reperibili sui motori di ricerca e i loro network.