

DISPLAY ADVERTISING E TRAFFIC BUILDING. IN RETE PIANIFICA PERFORMEDIA

Famiglia Cristiana lancia la collana "Uomini Liberi"

CAMPAGNA PUBBLICITARIA REALIZZATA DA MRM WORDLWIDE ITALIA. PLANNING ON AIR DI MEDIACOM

È 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 folle e 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 un percorso di vita coerente con ideali di portata universale. La collana è pensata per tutti: genitori, educatori, giovani e adulti. Ogni settimana Famiglia Cri-



Ogni settimana un'uscita in edicola

stiana 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 1 euro lo scorso 28 agosto, i volumi che seguono sono offerti in acquisto opzionale a 6,90 euro. Una campa-

gna pubblicitaria realizzata da **Mrm Worldwide Italia** e pianificata da **Mediacom** interesserà, per l'offline, i quotidiani **Corriere della Sera**, **La Repubblica**, **La Stampa** e **Il Sole 24 Ore** nel periodo di lancio e **Avvenire** per tutta la durata dell'iniziativa. Sono inoltre pianificate le emittenti televisive di **Sky Tv** e **La7** per il periodo di lancio e quelle radiofoniche **Rai** e radio commerciali come **Radio Capital**, **Radio DeeJay**, **Rmc**, **Radio24**, **Risml**, 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**, **Telesubalpina** 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, interessati a libri d'autore e ai temi di attualità: **Corriere.it**, **Repubblica.it** home page, **Bol.it** e **Repubblica.it** Spettacoli&Cultura. Lungo tutta la durata dell'iniziativa si svilupperanno azioni di traffic building grazie a un set di keyword specifiche e tematiche reperibili sui motori di ricerca e i loro network.