

Endorsement

SPOT and WEB

MEDIA COMMUNICATION MAGAZINE

Quattro anni fa è iniziata l'avventura di Spot and Web e, all'epoca, il suo creatore, Mario Modica, leggeva negli occhi delle persone a cui presentava il progetto, mille dubbi. L'idea di entrare in un mondo editoriale già consolidato dalla presenza di testate con più anni di vita sulle spalle significava per alcuni un'impresa folle. Ancora più folle era l'impresa di sostenere questo sforzo con i soli introiti della pubblicità, rinunciando a entrate derivanti da costi di abbonamento.

A quattro anni di distanza si può ormai considerare Spot and Web una realtà consolidata, l'impresa di una semplice ma caparbia persona ha avuto ragione.

Spot and Web è la prima Free Press della comunicazione che ogni giorno racconta non solo il mondo della pubblicità e del web, ma anche tutti i media.

Con oltre 81.000 lettori giornalieri, è diretto da Fabio Muzzio. L'indipendenza, che è il fiore all'occhiello del quotidiano, continua a rappresentare la chiave del suo successo.

Una redazione giovane, grazie alla nutrita presenza di studenti universitari e neolaureati che desiderano muovere i primi passi con il giornalismo, è completata da redattori esperti e da opinionisti di settore e di valore nazionale.

Oggi Spot and Web non è un semplice quotidiano in pdf, ma è anche uno strumento interattivo con i lettori che possono, tramite il sito, commentare determinati argomenti che riguardano problematiche, anche scottanti, del loro lavoro.

brand concepts

www.spotandweb.it

BB Consulting: Il tuo Responsabile per la Comunicazione solo quando serve e senza costi di assunzione.
L'UNICA FREE PRESS DELLA COMUNICAZIONE (copie scaricate giovedì: 81.368)
Anno V, numero 80, venerdì 8 maggio 2009, pag. 1

ADVertertainment e Horizon ADV per la promozione on-line di Replay Footwear
A PAGINA 9

Vigi pubblicitari di Federico Unnia
Italia, guarda all'Asa!
A PAGINA 4

Richmond Italia si prepara agli eventi di maggio
A PAGINA 6

Novita' in Audiradio: i dati di ascolto si arricchiscono con il panel diari
di Mario Modica
A PAGINA 2

Tripshake.com: nasce la community per i viaggiatori 2.0
A PAGINA 14

Libri per le mie orecchie
A cura di Mara Pizzochero

L'eleganza del riccio e le piccole virtù
Le ultime proposte di Emons da ascoltare e gli incontri della Fiera del Libro
A PAGINA 5

ASBI con Ellen Hidding e Göttsche contro la Spina bifida
A PAGINA 19

Le tue campagne non sono green? Accendile con EBA!
CASA DELL'ENERGIA 07-08 Maggio 2009
www.ebaforum.it
Anno V, numero 80, martedì 12 maggio 2009, pag. 1

Armando Testa porta in tv Tantum Verde
A PAGINA 21

Raidue: largo ai serial e il ritorno di Linea d'ombra
DA PAGINA 4

DMTELETRATTI 2009
ecco i vincitori
Tra i trionfatori Uomini e donne, Elisa Isoardi e Lucignolo
A PAGINA 5

Irriverenze elettorali
di Fabio Muzzio
L'IDV verso le europee, un po' di sinistra, senza esserlo, un po' ecologista, senza esserlo, ma sicuramente contro con i suoi NON
DA PAGINA 2

Il nuovo libro di Francesco Pira e Vincenzo Marrali
A PAGINA 14

BB Consulting: Il tuo Responsabile per la Comunicazione solo quando serve e senza costi di assunzione.
L'UNICA FREE PRESS DELLA COMUNICAZIONE
www.b-consulting.com
Anno IV, numero 16, mercoledì 23 gennaio 2009, pag. 1

In vacanza alle Canarie con E3
A PAGINA 15

Assorel: al via il Piano di Formazione professionale
A PAGINA 6

Una campagna per il corretto utilizzo di internet
A PAGINA 4

Le italiane cercano casa sul web
A PAGINA 11

Cappon lancia il new deal di viale Mazzini: "Con digitale e web un nuovo 1954"
Ma nel presente è tempo di budget. La scure dei tagli nel Cda in programma oggi
di Laura Caputo e Silvano Spanarello
A PAGINA 3

Arredamento.it diventa Coolbrand
A PAGINA 7

Annozero, la polemica va in onda sul sito web
Antisemitismo, Santoro replica all'accusa di Frattini: "Ci denunci o si scusi"
di Silvano Spanarello
A PAGINA 2

Il settimanale Mondadori TU diventa TU Style
A PAGINA 8

Un quotidiano che offre spazio non solo ai soliti noti ma anche a tutte quelle realtà sparse sul territorio nazionale che operano nel variegato mondo della comunicazione.

Questa è stata la formula vincente che ha permesso di acquistare credibilità nel mondo della comunicazione, presidiato in passato solo da altri. E i numeri, veri e certificati, sono stati recepiti anche dal mercato.

Oggi Spot and Web è diventato un punto di riferimento nel mondo della comunicazione ed è usato sempre più come mezzo di pianificazione di campagne pubblicitarie.

Chi infatti opera in questo settore i numeri li riesce a leggere, può perciò monitorare i ritorni di una campagna pubblicitaria e i più smolizzati, dai bilanci di un'impresa editoriale, riescono a contare i reali abbonati di una testata.

Spot and Web si può scaricare sia dal sito www.spotandweb.it, che ricevere in casella e-mail previa iscrizione.