

Mercato Cayenne chiude il 2012 con una crescita del fatturato del 7%



Peter Michael GROSSER

Cayenne chiude il 2012 con una crescita del fatturato netto pari ad un +7%, in totale controtendenza con il settore dell'advertising; un dato che si aggiunge al +25% del triennio precedente. I numeri, soprattutto se rapportati al periodo di profonda crisi economica generale e del settore della comunicazione in particolare, sono più che soddisfacenti con un fatturato netto di 5,1 milioni di euro, un PBT del 10,5% e un'incidenza dei costi di personale pari al 64,7%, fa sapere l'agenzia in una nota. Il portfolio clienti è di alto livello includendo brand come Edison, Ferrero, Forst, Media World, Sisal, Shiseido, TIM, Trussardi, Volkswagen Group (Skoda) e We Bank senza citarli tutti.

Il motivo principale del buon andamento di questi anni - si legge sempre nella nota - è che Cayenne ormai da tempo non sviluppa più semplici campagne di advertising bensì piattaforme di comunicazione integrata, che non privilegiano alcun media in particolare bensì li abbracciano tutti a secondo delle esigenze dei singoli clienti. Ciò ha portato nel 2012 alla realizzazione sia di progetti di grande impatto e visibilità sia a progetti ad alto contenuto tecnologico. Entrambi possono essere realizzati con la dovuta qualità soltanto utilizzando risorse interne all'agenzia, motivo per cui Cayenne è composta da molteplici reparti: strategic planning, creativo, graphic design, digital, IT, media e ufficio stampa. "Il 2012 è stato per molti versi un anno eccezionale - afferma Peter Michael GROSSER, presidente e amministratore delegato di Cayenne -, ma sappiamo bene che ormai si naviga a vista e che ogni anno fa storia a sé. Il 2013 infatti si apre pieno di incognite ma anche di opportunità. Ad oggi resta la soddisfazione di un percorso di crescita che non abbiamo alcun problema a certificare dichiarando in modo trasparente i numeri".

Partner AS Roma e Royal Caribbean Italia danno vita alla prima crociera giallorossa

AS Roma e Royal Caribbean Italia annunciano l'accordo commerciale per dare vita alla prima crociera giallorossa. "Roma è una città particolarmente cara a noi di Royal, oltre ad essere il cuore pulsante del Centro Italia, città d'arte, di cultura enogastronomica, di antica tradizione storica e profonda fede calcistica offre un collegamento diretto con Civitavecchia, home port strategico per la nostra compagnia. Siamo quindi orgogliosi di dedicare a tutti i romani, ma anche e soprattutto ai romanisti, tifosi dell'A.S. Roma, la crociera giallorossa", afferma il General Manager Royal Caribbean Gianni Rotondo. "Le navi della flotta Royal Caribbean International sono dedicate agli amanti dello sport, infatti oltre alle attrazioni pensate per gli appassionati di calcio, a bordo disponiamo di attrezzature e spazi dedicati all'arrampicata, al pattinaggio sul ghiaccio, alla pallavolo e alla pallacanestro".



MEDIAMOND

Ti portiamo qui



101

80

90

R101 è la radio nazionale che offre musica anni '80, '90 e contemporanea.

Oltre allo streaming live, il sito presenta le schede dei deejay, le pagine dedicate ai programmi, il calendario degli eventi in radio e un tool interattivo per creare il proprio palinsesto personalizzato da ascoltare online.



MEDIAMOND