

SOMMARIO RASSEGNA STAMPA

Data	Argomento	Sommaro	Pag
<u>Segnalazioni</u>			
11.05.2008	Sole 24 Ore	(p.27) Mediain, la comunicazione pubblicitaria ! al servizio degli affiliati di FRIMM E FRIMMONEY.	1

Mediain, la comunicazione pubblicitaria al servizio degli affiliati di FRIMM E FRIMMONEY

Le problematiche poste dall'attuale mercato del Real Estate non stanno rendendo la vita facile ai network in franchising che operano nel settore. Per qualificarsi effettivamente come "franchisee oriented", infatti, essi devono offrire con regolarità e qualità una serie di servizi e strumenti davvero utili, aggiornati e moderni a operatori di una professione in continuo mutamento e in costante evoluzione. Gli agenti immobiliari e i mediatori creditizi stanno diventando sempre più imprenditori in un mercato che è sempre meno "di quartiere" e sempre più globalizzato: in questo senso, l'esigenza di farsi conoscere, di pubblicizzarsi nella propria città come al di fuori dei propri confini operativi, sta diventando sempre più pressante nonostante i costi per raggiungere l'obiettivo siano molto alti.

FRIMM e FRIMMONEY, rispettivamente franchising di intermediazione immobiliare con oltre 500 punti vendita in Italia all'attivo e network di mediazione creditizia che ha già aperto oltre 360 agenzie sul territorio nazionale, hanno trovato la risposta a queste difficoltà con la nascita di Mediain, società che si occupa della gestione e dello sviluppo del nuovo Media Center di FRIMM Holding, il più completo service italiano per il Real Estate di cui i due suddetti brand fanno parte.

Guidata dal Managing Director Mauro Santinello, precedentemente a capo dell'intera amministrazione del Gruppo, Mediain cura gli interessi a livello di comunicazione pubblicitaria degli oltre 860 Affiliati di FRIMM e FRIMMONEY con l'obiettivo di creare un beneficio pari all'intera royalty pagata mensilmente. Una novità davvero unica nell'ambito delle reti immobiliari e creditizie in franchising. Una novità che rafforza la mission aziendale che accomuna FRIMM e FRIMMONEY, quel "Produrre Vantaggi per gli Affiliati" che guida i due brand sin dalla loro nascita.

Inoltre, Mediain svolge la funzione di media center anche per le altre 10 aziende di FRIMM Holding: FRIMMagency, Eurotrading, Assurance Broker, Men 4 Web, Area Trading, Divisione Aste, FRIMM Gest, FRIMM Invest, Eurobuilding ed Energy Development, tutte si rivolgono ad essa per le proprie campagne pubblicitarie.

L'incontro col Managing Director Mauro Santinello è volto a capire nel dettaglio quale sia e come venga svolta l'attività di Mediain, a partire dal concetto su cui poggiano le fondamenta della società appena costituita: "È molto semplice. Mediain acquista grandi pacchetti pubblicitari e, sfruttando appieno l'enorme potere contrattuale di un grande Gruppo, FRIMM Holding, e di due brand forti e conosciuti come FRIMM e FRIMMONEY, riesce a proporli alla rete affiliata al miglior prezzo possibile. E, in alcuni casi, riesce a offrire un dato prodotto con più del 50% di sconto. Ritengo sia il modo più concreto per dare un aiuto ai franchisee che si trovano ogni mese a spendere parecchio denaro per pubblicizzare il proprio punto vendita e il proprio lavoro." Mediain si occupa prevalentemente ma non solo di pacchetti pubblicitari: "Direi che l'acquisto di spazi pubblicitari, in tutte le sue forme, rappresenta il core-business della società", afferma Santinello, che aggiunge: "In base alle esigenze degli affiliati e delle aziende del Gruppo, però, Mediain è in grado di mettere a disposizione altre tipologie di prodotti come, ad esempio, gadget e merchandise." Santinello descrive anche la natura dell'attività di Mediain in questi primi mesi: "In un primo momento, la parte del leone l'hanno fatta le campagne pubblicitarie istituzionali dei due network di mediazione immobiliare e creditizia in alcuni stadi di calcio di Serie A e B e sulla stampa. Mediain lavora infatti sia con prestigiosi quotidiani sia con la stampa di settore. Dopo pochi mesi, poi, gli acquisti dedicati esclusivamente agli affiliati sono cresciuti a dismisura perché la rete ha voluto immediatamente sfruttare i vantaggi del Centro Media. Inoltre, molti franchisee hanno optato per un advertising più originale e per questo abbiamo messo a disposizione spazi nelle stazioni ferroviarie, nelle sale cinematografiche e la possibilità di personalizzare l'automobile col marchio del proprio franchisor. Senza contare, chiaramente, l'advertising su Internet. I pacchetti che hanno maggiormente incontrato il favore degli affiliati sono quelli tesi a dare una marcia in più al loro lavoro quotidiano. Quelli, cioè, che permettono di pubblicizzarsi con qualità, risparmiando tempo e denaro." La società non opera solo all'interno delle reti di FRIMM e FRIMMONEY: "Mediain svolge la propria attività per aziende all'esterno del Gruppo anche se non con la concorrenza diretta", conclude Santinello.



Mauro Santinello, Managing Director di Mediain

