



COMUNICATO STAMPA

## **EBUZZING NOMINA GIUSEPPE BRONZINO MD DELLA SEDE ITALIANA, APRE AL MERCATO ASIATICO E SI POSIZIONA AL 100% ANCHE SUL MOBILE**

**Obiettivo: innovare il video advertising online**

### VISITA IL SITO DI EBUZZING

Le parole d'ordine del 2014 sono rivoluzionare e reinventare. Per Ebuzzing, questi concetti, non rappresentano soltanto i dettagli della propria mission aziendale, ma vere e proprie strategie di business che sosterranno il raggiungimento degli obiettivi dei prossimi mesi, nel mercato del video advertising online. A tal proposito, Andrea Febbraio inaugura il nuovo anno annunciando grandi novità:

*“Ebuzzing Italia è una fucina di talenti per l'intero gruppo. La forza del team è testimoniata dagli eccezionali risultati ottenuti negli ultimi quattro anni. Per questa ragione e per raggiungere dei risultati di vendita internazionali, prefissati per il 2014, trasferirò alcune tra le risorse più forti della vecchia squadra nelle sedi estere di nuova apertura e su altri progetti emergenti. Visto l'ottimo lavoro svolto da Giuseppe Bronzino ho deciso di promuoverlo a nuovo MD della sede italiana. Lui gestirà interamente la crescita del business nel nostro paese. Posso, infine, formalizzare che Gaetano Faleo sarà responsabile a Londra delle strategie di vendita della nuova piattaforma Self Serve, mentre Francesca Corradino attraverserà l'Oceano per supportare a MIAMI la distribuzione della campagne nei paesi LATAM. Anche Paolo Mulè e Sara Di Pietrantonio entreranno nell'organico del team UK. Queste le primissime news oltre a quelle già annunciate allo IAB come l'apertura al RTB e Programmatic. Sono così felice che vorrei svelare tutto, ma dobbiamo attendere ancora qualche settimana prima di comunicarle in maniera ufficiale. Quindi, Stay Tuned per le prossime entusiasmantissime novità”. (Andrea Febbraio, VP Sales Europa & Co-founder di Ebuzzing)*

Dagli ambienti Social, ai premium publisher online, fino alle app mobile, Ebuzzing sta sviluppando una moltitudine di nuovi formati ads che ridefiniranno in maniera netta il confine tra un modello di video advertising online, basato sul potere della scelta, e altri modelli ampiamente superati che ripropongono sul Web le oramai obsolete e inefficaci logiche televisive. Non solo impression, ma tanto engagement sono le promesse per il 2014 che saranno garantite dai dipartimenti: Ebuzzing Media, Ebuzzing Impact, Ebuzzing Social & Mobile”.

### **Per info e interviste**

Antonella La Carpia, Marketing & PR Director

E-Mail: [antonella.lacarpia@ebuzzing.com](mailto:antonella.lacarpia@ebuzzing.com)

Tel: +39,3273779394 - +39,3939486644