

## Triboo: nasce Triboo Audio, concessionaria specializzata sulle radio digitali

**LINK:** [http://www.borse.it/articolo/ultime-notizie/Triboo-nasce-Triboo-Audio-concessionaria-specializzata-sulle-radio-digitali\\_\\_499455](http://www.borse.it/articolo/ultime-notizie/Triboo-nasce-Triboo-Audio-concessionaria-specializzata-sulle-radio-digitali__499455)

Triboo: nasce Triboo Audio, concessionaria specializzata sulle radio digitali Ieri, 13:02 di Titta Ferraro Nasce Triboo Audio, , nuova concessionaria pubblicitaria del Gruppo Triboo specializzata sulle versioni digitali delle radio FM, sulle radio digitali-native e sui formati podcast. La digital transformation factory quotata sul mercato MTA, che controlla questo sito attraverso Brown Editore, ha annunciato la nascita di Triboo Audio che si colloca nel settore delle digital audio, in forte espansione. Si prevede che il mondo del contenuto audio rappresenterà uno dei driver della raccolta media nel corso del prossimo anno. Per questo motivo Triboo ha deciso di investire su una struttura altamente specializzata come Triboo Audio, che può già vantare diversi progetti significativi in corso per primari brand presenti sul mercato italiano e ha l'obiettivo strategico di accrescere l'offerta, attraverso l'acquisizione di nuovi prodotti editoriali per portare sul mercato un'audience più ampiae sempre più targettizzata. Al via la concessione in esclusiva di RMCSport, emittente radiofonica e digitale fondata da Alberto Hazan, insieme a Tuttomercatoweb e alla stessa Triboo. Il formato pubblicitario è l'audio-preroll 30", collocato all'inizio dello streaming sia su app che sul web, nonché i podcast delle digital radio. L'obiettivo di Triboo Audio - per il 2019 - è di presidiare un media emergente, pianificabile sia in programmatico che in modalità tradizionale, grazie alla media di oltre 70 mila utenti unici live al giorno, che diventeranno 300 mila nei piani di espansione per l'anno prossimo. L'audio-preroll permetterà agli editori che punteranno sulla radio digitale - e in generale anche sui podcast - di creare una nuova fonte di business e offrirà agli inserzionisti la possibilità di incrementare la reach già raggiungibile attraverso le tradizionali pianificazioni in FM, profilando al meglio il target di ascolto da raggiungere. Fonte: Finanza.com