

Publitalia, 80 mln l' anno dai branded content

Il mercato televisivo dei branded content, progetti speciali e innovation vale, in Italia, circa 180-200 milioni di euro, e Publitalia, la concessionaria pubblicitaria di Mediaset, ne intercetta una fetta rilevante: 80 milioni di euro all'anno. Il canale tv La5, indirizzato a un pubblico prevalentemente femminile, si presta molto a operazioni di questo tipo. E, nel solco de Il padre della sposa, o del prossimo Aiuto! Arrivano gli ospiti, parte proprio su La5 il nuovo format Hairmaster, dal 14 novembre, in collaborazione con Wella e con protagonista Rossano Ferretti, maestro di hairstyle. Dopo tanti programmi di moda o di cucina, per la prima volta ci si sofferma sul mondo dei parrucchieri, «per educare i consumatori, elevare la professione, aumentare la conoscenza dei prodotti usati sui capelli, di cui la gran parte delle donne e degli uomini non sa nulla», spiega Ferretti, 58 anni, da 44 anni consulente di bellezza e salute dei capelli, con 24 saloni nel mondo, da Abu Dhabi a Pechino, da New York a Parigi, da Beverly Hills a Madrid, Ginevra, Milano o Singapore. Al centro di ogni puntata di Hairmaster alcuni saloni di bellezza tra Milano, Roma, Padova, Verona, Vicenza o Jesi, che si sfidano per il titolo di Hairmaster della zona.

