

EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD INFORMA:

UK PODRÍA INCLUIR EL "PRODUCT PLACEMENT" PESE LAS CRÍTICAS, en la televisión

Como los jurados de American Idol, que muestran sus tazas con el logotipo de Coca-Cola por unos 35 millones de dólares. Mientras la colocación de productos es muy común en el cine, en la televisión británicos han tenido muchos obstáculos. La medida beneficiará a las cadenas que han estado luchando para hacer frente a las caídas en los ingresos publicitarios. Los expertos creen que podrían recaudar hasta 125 millones de libras esterlinas al año para la industria, mientras los organismos financiadas con fondos públicos, como la BBC seguirá careciendo de ella. La prohibición se mantendrá en programas, para los niños, según «The Guardian».

RUMORES DE PRIVATIZACIÓN PARCIAL DE LA BBC

BBC Worldwide además vende derechos de emisión de sus programas como Strictly Come Dancing, a otros países. El director ejecutivo de BBC Worldwide John Smith confirmó en julio a «The Guardian» que un acuerdo con Chanel 4 era inminente. La medida podría ayudar a financiar LOS 150 millones de libras a que se enfrenta Chanel 4, a partir de 2012.

GOOGLE LANZARÁ "DOUBLECLICK" AD EXCHANGE

En pocas semanas lanzará su plataforma para publicidad de display; incluso puede que antes de acabar de septiembre.

Editores, agencias, anunciantes, etc, podrían haber recibido ya parte del nuevo servicio publicitario de Google, DoubleClick Ad Exchange –bajo secreto contractual-. Ad Exchange se basa en los desarrollo de DoubleClick y permitirá a las agencias de medios vender de forma anónima su inventario a través de esta plataforma. Además las agencias tienen la garantía de que sus impresiones serán vendidas por el precio de la oferta más alta.

LA VICEPRESIDENTA DEL GOBIERNO ESPAÑOL, GARANTIZÓ A LA COMISIÓN EUROPEA (CE) QUE EL NUEVO MODELO DE FINANCIACIÓN DE RTVE CUMPLE CON LA NORMATIVA COMUNITARIA

De la Vega salió satisfecha de la reunión mantenida en Estrasburgo (Francia) con la comisaría de Competencia, Neelie Kroes, quien debe dar luz verde al nuevo sistema aprobado por el Gobierno, que comprende la supresión de la publicidad en TVE. "Compartimos totalmente el modelo", explicó la vicepresidenta española en una rueda de prensa, según Express y efe. "La nueva ley es "totalmente compatible" con los tratados europeos.