

TIEDOTUSVÄLINEILLE
22.8.2006

Mainontapäivä 2007 paneutuu kuluttajakäyttäytymisen muutokseen

Mainostajien Liiton Mainontapäivä 2007 pidetään 20.9.2006 Helsingin Messukeskuksessa. Seminaari käsittelee kuluttajakäyttäytymisen muutosta ja sen tuomia uusia mahdollisuuksia. Kotimaiset ja kansainväliset esiintyjät pohtivat, miten erottua ja tehdä vaikutus yhä kriittisempään ja yksilöllisempään kuluttajaan. Keskeisenä aiheena on yrityksen tuote- ja palveluportfolion hallinta. Päivä huipentuu katolisen kirkon arkkipiispa John P. Foleyn puheenvuoroon nykypäivän mainonnan etiikasta.

– Mainontapäivä alan ykköstapahtumana kerää markkinointiviestinnän ammattilaiset kehittämään osaamistaan ja verkostoitumaan, sanoo Mainostajien Liiton toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski. Paikalle odotetaan jälleen 600 osallistujaa.

Mainontapäivä 2007:n ohjelma yhdistää kansainvälisen ja suomalaisen näkökulman omien alojensa huippuasiantuntijoiden voimin. Sinebrychoffin **Mikael Aro** kertoo energiajuoma Battery'n maailmanvalloituksesta ja Taideteollisen Korkeakoulun **Teppo Turkki** japanilaisesta kuluttajasta. Nuorten maailmaan sukeltaa MTV Networks'n **Paul Mayanja**. Samsung Nordicin **Sunny Hwang** puhuu globaalista portfolion hallinnasta. **Jussi Nurmio** valottaa yksilöllisiä kuluttajakokemuksia Habbo Hotelin ja Igglon menestystekijöiden kautta. Päivän päättää katolisen kirkon viestinnästä vastaava arkkipiispa **John P. Foley** etiikkapuheenvuorollaan.

Mainontapäivä 2007:n vetäjinä ovat **Anna Sorainen**/Publicis Helsinki ja **Mika Rahkonen** /Yle.

Suhdannenäkymiä peilataan Mainostajien Liiton Mainosbarometrissa, jonka tuoreet tulokset jokainen osallistuja saa mukaansa.

Lisätietoja:

Mainostajien Liitto:

Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, puh. (09) 6860 8417, 040 508 0607
ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi

Koulutuspäällikkö Anneli Seitsonen-Ceder, puh. (09) 6860 8415, 040 535 3949
anneli.seitsonen-ceder@mainostajat.fi

www.mainontapaiva.com

Mainostajien Liitto on valtakunnallinen, mainontaa ostavien yritysten ja yhteisöjen edunvalvoja. Jäsenyritykset (noin 400) edustavat kauppaa, teollisuutta, palvelualoja sekä julkisyhteisöjä. Näiden panostukset ovat yli 80 prosenttia markkinointiviestinnän kokonaisuusmäärästä Suomessa.