

ARBOMEDIA și THINKDIGITAL anunță demararea unui parteneriat strategic pentru lansarea celei mai ample oferte naționale de spații publicitare multimedia din România.



Două dintre cele mai cunoscute rețele de publicitate locală din piața românească, **ARBOMEDIA** și **THINKDIGITAL**, au anunțat astăzi începutul unui parteneriat strategic.

“Deși suntem, din punct de vedere teoretic, concurenți, ofertele noastre sunt de fapt perfect complementare, așadar ideea unei apropieri a apărut firesc, în condițiile în care oferta locală de media are nevoie de consolidare”, au spus, într-o declarație comună, acționarii celor două companii, **Alin Alecu și Andreea Pistrițu**, din partea **ARBOMEDIA**, respectiv **Dragoș Stanca și Cristina Cucuiu**, din partea **THINKDIGITAL**.

Cu o prezență constantă de peste 20 de ani în piața media din România, **ARBOMEDIA** operează în prezent cea mai vastă rețea de media diversificată din țară.

Oferta companiei - [pe care o puteți consulta aici](#) - cuprinde **peste 100 de influenceri**, o rețea de **peste 600 de panouri de afișaj stradal**, la care se adaugă cea mai solidă ofertă de media locală și regională din România: **peste 110 posturi de radio, peste 140 de website-uri, peste 40 de canale de televiziune, peste 30 de titluri de presă scrisă**, precum și **singura ofertă consolidată de media de limbă maghiară** din România.

Pe de altă parte, **THINKDIGITAL** operează de peste 15 ani rețele digitale diverse, cu acoperire națională și internațională.

În oferta companiei se regăsesc acum **patru rețele importante**, care cuprind: câteva [zeci de site-uri și aplicații de conținut](#), [sute de jocuri](#) (in-game advertising), mai multe [podcasturi cunoscute](#) și prima [rețea de newslettere de conținut](#) din România.

În lunile următoare, cele două companii vor continua să funcționeze independent atât din punct de vedere al relației cu furnizorii, cât și din punct de vedere al relației cu clienții, dar **ofertele complexe ale celor două rețele se vor armoniza, gradual, pentru a oferi cele mai bune soluții de comunicare integrată, atât în ceea ce**

privește media clasică, cât și cea digitală, la care se adaugă marketingul prin **influenceri, key opinion leaders și podcasturi**.

Cele două companii estimează că faza de evaluare a unei oferte consolidate comune se va încheia spre finalul acestui an, urmând ca, din ianuarie 2026, **piața media din România să poată beneficia**, în urma acestui parteneriat strategic, **de cea mai puternică și diversă ofertă multimedia din piață**.