



## Con 4w MarketPlace l'adv online spicca il volo

3/2/2010

**2.3 mld** di ad impressions con un incremento medio mensile dei volumi del **20%** e oltre **10 mln** medi di unique users per mese. Questi i numeri che in soli 9 mesi di attività hanno portato la società guidata da **Gabriele Ronchini**, a posizionarsi come l'operatore leader in Italia nel **News Contextual Advertising**, grazie all'esclusivo accordo con **Premium Publisher Network** (il consorzio fondato da RCS **Media Group** e il **Gruppo l'Espresso**).



A soli 9 mesi dal suo lancio, **4w MarketPlace**, società guidata da **Gabriele Ronchini** (nella foto), tira le somme di un anno in cui non ha mai smesso di crescere. **2.3 miliardi** di ad impressions con un incremento medio mensile dei volumi del **20%** con oltre **10 milioni** medi di unique users per mese (**72%** delle reach sulle news) e **300** campagne erogate. Questi i numeri che hanno portato **4w MarketPlace** a posizionarsi come l'operatore leader in Italia nel News Contextual Advertising: un modello di pianificazione pubblicitaria on-line che offre la possibilità di investire a performance per canali tematici e parole chiave.

L'audience di contenuti premium e in particolare di news è cresciuta in modo significativo anche grazie allo sviluppo dell'utenza web in Italia. Nel 2009, a fronte di un aumento dei visitatori on-line del **7%**, uno dei comparti di maggior sviluppo è stato proprio quello dei siti di **news**, cresciuti del **20%** per un totale di **13,2 milioni** di utenti (Elaborazione **Nielsen** su dati **Audiweb**).

Se il 2008 è stato l'anno dei social network e della comunicazione orizzontale, nel **2009** i navigatori italiani on-line, pur continuando a crescere come utenza del web 2.0 continuano a privilegiare i siti di

news delle maggiori testate italiane. Prime fra tutte **Corriere della Sera**, **Repubblica**, **ANSA** e **La Stampa**, tutti appartenenti al consorzio **Premium Publisher Network**.

Comprensibile la soddisfazione del presidente di **4w MarketPlace**, **Gabriele Ronchini**: "Siamo andati molto bene perché siamo stati in grado di offrire ai nostri investitori pubblicitari audience estremamente qualificate, che sono poi le testate dei principali editori italiani aderenti al consorzio PPN. Questo conferma che la nostra strategia è corretta. Un **News Contextual Advertising** che funziona deve prevedere un'avanzata tecnologia di targetizzazione di tipo qualitativo ed un modello di pianificazione che offra la possibilità di investire per canali tematici e per parole chiave in contesti che garantiscano grandi bacini di utenza. In sintesi, audience premium qualificate, ma anche grandi volumi di traffico".

Anche **Giorgio Riva**, presidente **Premium Publisher Network** e direttore generale di **RCS Digital**, esprime la sua soddisfazione per i risultati raggiunti nel 2009: "Il Consorzio si sta rivelando un'iniziativa di successo e sta riscuotendo una significativa attenzione da parte del mercato, sia in termini di adesioni da parte dei publisher online che di interesse pubblicitario espresso dagli investitori che riconoscono la qualità dell'audience e dell'offerta."

Il **2010** sarà ricco di novità e vedrà la piattaforma **4w Net** attiva in un ulteriore sviluppo del servizio mettendo a disposizione degli investitori funzionalità di geo-targeting, che daranno l'opportunità alle piccole e medie imprese ed al retail di mirare la propria comunicazione ad un target territoriale. Inoltre, verrà messo a disposizione uno sportello automatico per gestire le campagne direttamente su internet e sarà ulteriormente migliorato il servizio di accounting, da sempre punto di riferimento del servizio 4w Net.

