



Con 4w MarketPlace l'advertising on-line spicca il volo



2.3 Miliardi di *ad impressions* con un incremento medio mensile dei volumi del 20% e oltre 10 milioni medi di *unique users* per mese. Questi i numeri che in soli 9 mesi di attività hanno portato 4w MarketPlace 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). La soddisfazione del Presidente, Gabriele Ronchini, che per il futuro ha grandi progetti.

Milano, 3 febbraio 2010 – A soli 9 mesi dal suo lancio, 4w MarketPlace 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.