

4W MARKETPLACE RAFFORZA L'OFFERTA 4W MOBILE CON LE TESTATE APPARTENENTI AL CONSORZIO PPN

***A 4W MarketPlace l'esclusiva di formati ADV per smartphone su:
Il Corriere della Sera, La Repubblica, La Gazzetta dello Sport,
La Stampa, Ansa e su tutti gli M-site delle testate consorziate PPN***

Milano, 8 settembre 2014 - 4w MarketPlace, Multi-screen Marketing Solution che opera come advertising network premium nel mercato della pubblicità online con i principali editori italiani, lancia la **nuova offerta dedicata al mondo del mobile advertising** ampliando il proprio network con le **testate del Consorzio PPN** (fondato da **RCS MediaGroup** e dal **Gruppo Editoriale L'Espresso**). Le prime testate ad aderire al progetto PPN Mobile sono: **Il Corriere della Sera, La Gazzetta dello Sport, La Repubblica, La Stampa e Ansa**.

4w MarketPlace è presente da anni sul mercato del mobile advertising con un network importante ed un'offerta di formati text-link e display venduti sia in modalità diretta che programmatica. L'accordo concluso con il **Consorzio PPN** rafforza significativamente l'offerta 4w Mobile e prevede la **gestione in esclusiva per i prossimi tre anni** di formati **text-link e strip** in pagina sugli M-site delle testate consorziate, garantendo agli investitori pubblicitari **inventory di grande autorevolezza ed audience altamente qualificate**.

*“Oggi presentiamo al mercato un **prodotto altamente qualificato** anche per il mondo mobile - dichiara **Paola Sersale, Head of Sales di 4w MarketPlace** - proponendo all'investitore pubblicitario una pianificazione più efficace. Le testate del Consorzio PPN offrono oltre **350 milioni di impression al mese** e raggiungono un target altamente qualificato di oltre **9 milioni di utenti unici** che rappresentano il **52% dell'intera audience italiana**”.*

La gestione del network **4w Mobile** da parte di **4w MarketPlace** rappresenta un'occasione importante per l'investitore pubblicitario che può **pianificare le proprie campagne mobile tramite un unico interlocutore sui più importanti M-site e App italiani** e, con l'ingresso delle testate PPN, raggiungere **850 milioni di impression mensili e 11 milioni di utenti unici**.

L'esperienza di **4W MarketPlace** dimostra che le campagne mobile ottengono i migliori risultati quando vengono inserite in una **pianificazione multi-screen**, che da una parte permette di ottimizzare le peculiarità dei diversi *device*, quindi di intercettare l'utente nel momento migliore sullo strumento più adatto all'obiettivo, dall'altra di **ottimizzare la frequency** sull'audience di riferimento all'interno dell'intero network. L'analisi dei risultati delle campagne evidenzia dati importanti di CTR: **lo smartphone ottiene un click-through rate fino a 5 volte maggiore rispetto al PC**. L'utilizzo prevalente dello smartphone ha la finalità della consultazione e funge da motore alla finalizzazione dell'azione dell'utente su tablet o pc.

Quella con il **Consorzio PPN** è una partnership consolidata che risale al 2009 quando, per la prima volta, **4w MarketPlace** ne è divenuto partner **commerciale e tecnologico esclusivo per la gestione degli spazi pubblicitari contextual** a performance sui siti delle maggiori testate di informazione online, che raggiungono una copertura pari al **97% dell'intera audience di news italiana**. Anche la gestione esclusiva di questi spazi adv sui siti web è stata rinnovata a **4w MarketPlace** fino al 2017.



4w MarketPlace

4w MarketPlace si pone nel mercato dell'advertising online come Multi-screen Marketing Solution Company che offre a publisher e advertiser soluzioni web, mobile e social, volte a ottimizzare inventory e investimenti attraverso network dei principali editori italiani. 4w MarketPlace nasce come startup dell'incubatore certificato Digital Magics e ha tre sedi: a Milano, Roma e Fisciano (SA), dove vanta una collaborazione strategica con l'Università degli Studi di Salerno. Dal 2009 grazie all'accordo in esclusiva con il Premium Publisher Network, 4w MarketPlace si è affermata come advertising network italiano per la gestione degli spazi contextual delle maggiori testate online degli editori italiani premium. Nel settembre 2011, è il primo network italiano ad aver ricevuto da Facebook la certificazione come advertising provider, per la vendita di pubblicità all'interno del social network. Nell'ottobre 2011, entra anche nel mercato mobile, aggregando inventory di applicazioni e di M-site. Nell'ottobre 2012 ottiene un finanziamento di 2 milioni di euro da Principia SGR per potenziare lo sviluppo tecnologico. Nell'ottobre 2013 lancia 4w Matic, Private Marketplace per il premium programmatic buying e stringe una partnership strategica con l'azienda olandese Improve Digital. A marzo 2014 apre una nuova sede commerciale a Roma, ad aprile lancia 4w Advisor, soluzione per il native advertising. A luglio viene rinnovato per tre anni l'incarico da parte del Consorzio PPN per la gestione in esclusiva degli spazi contextual su website e assegnata la gestione esclusiva di spazi strip e text-link in pagina su M-site.

Per ulteriori informazioni:

LiveXtension Ufficio Stampa 4w MarketPlace

Fabrizio Puddu

Email: Fabrizio.Puddu@livextension.com

Tel 02 525051

Cell 377/4701536