



“Simply Publisher”: condivisione e formazione per la crescita dell’Advertising Online

Al centro dell’evento del Gruppo DADA i risultati di un’indagine Simply che sottolinea l’importanza della formazione rispetto alle nuove opportunità offerte dalla tecnologia: il Content Display Advertising spopola tra i publisher (91%), mentre i più ignorano il Retargeting (60%) e il Real Time Bidding (66%)

Firenze, 16 aprile 2013 - Simply, piattaforma di comunicazione digitale del Gruppo DADA che offre ai propri clienti una gamma di servizi e soluzioni che bilanciano al meglio investimenti e brand visibility, ha ospitato oggi presso la propria sede di Firenze, l’evento “Simply Publisher”, un momento di approfondimento gratuito, durante il quale i principali player dell’advertising digitale si sono confrontati sulla situazione attuale del mercato e sulle prospettive future. Organizzando l’evento, il Gruppo DADA si è infatti posto l’obiettivo di rispondere all’esigenza di formazione e condivisione di best practice tra i publisher italiani, che come emerso dall’indagine “Advertising online: il punto di vista dei publisher”, realizzata da Simply in collaborazione con Monetizzando.com e AVerde.net, devono ancora acquisire consapevolezza delle opportunità offerte dalla tecnologia: il 60% dei publisher ignora cosa sia il Retargeting¹ e solo il 10% conosce il Real Time Bidding².

I risultati del sondaggio, che ha coinvolto un gran numero di publisher digitali, hanno rappresentato un utile spunto di riflessione nel corso della giornata, per confrontarsi su tematiche quali la monetizzazione degli spazi pubblicitari, il grado di conoscenza degli strumenti, la frequenza di aggiornamento dei siti, la preferenza per quantità e formati dell’ADV digitale e la valutazione delle performance. In particolare dall’indagine è emerso che il servizio più utilizzato dai publisher è il Content Display Advertising (91%), seguito dall’Affiliate Marketing (67%) e dalla Vendita Diretta di ADV (58%). È in effetti il Content Display Advertising lo strumento considerato più importante in termini di ricavi, da cui deriva il 42% di fatturato. Retargeting e Real Time Bidding risultano ancora poco conosciuti e pressoché nessuno li indica come la principale fonte di fatturato. Quanto ai banner, la maggior parte concorda che il numero ideale da inserire in un sito sia 3 e i format vincenti sono il 300x250 (81%) e il 728x90 (74%), che da soli determinano un terzo dell’intero fatturato dei publisher (34%). Quanto ai format meno gettonati, il 61% dei publisher non ricorre al video e il 70% non utilizza l’overlayer.

“ Con questo evento, alla sua seconda edizione, ci siamo rivolti al mondo degli Editori per offrire la possibilità di comprendere appieno le funzionalità del Content Display Advertising, con un focus sull’integrazione tra la tecnologia della piattaforma proprietaria del Gruppo DADA, basata sullo Yield Management, e quella del partner

¹ Il Retargeting è un meccanismo pubblicitario basato sugli interessi degli utenti. Permette di raggiungere gli utenti che hanno già visitato un sito, a cui è possibile far visualizzare un messaggio ad hoc su siti di terze parti, grazie ad un cookie assegnato a ogni visitatore che ne traccia l’identificazione.

² Il Real Time Bidding (RTB) è il metodo usato nel web advertising per comprare e vendere l’inventario online per singola impression in tempo reale. Il processo di RTB consente ad ogni piattaforma che ne invii la richiesta di inoltrare un’offerta (bid) alla piattaforma che vende, che a sua volta sceglie la migliore offerta e diffonde l’advertising.



PubMatic, leader nelle soluzioni basate su tecnologia RTB”, ha commentato Roberto Barberis, Responsabile di Simply.com. “ Gli Editori hanno avuto modo di confrontarsi tra loro e con i diversi attori del mercato dell’advertising italiano e internazionale, fra i quali fornitori di tecnologia, centri media e forum specializzati. Favorire una proficua collaborazione tra i protagonisti del settore è fondamentale per mettere a fattor comune le conoscenze e promuovere la crescita, con un occhio sempre attento alle novità tecnologiche del futuro e alle opportunità ancora da cogliere. Ecco perché il Gruppo DADA e Simply s’impegnano costantemente per organizzare occasioni di confronto e formazione come questa”.

Con questo obiettivo di condivisione, nel corso della mattinata, esperti del settore hanno chiarito le logiche di funzionamento e i vantaggi del **Real Time Bidding**, in particolare **AMNET Italy** (Gruppo AegisMedia) ha illustrato i principi alla base della creazione di modelli di RTB nelle agenzie, a vantaggio di investitori ed editori, e **Xaxis Italia**, ha mostrato come targettizzare il media planning, grazie a tecnologia e data intelligence. Nel pomeriggio, durante una **tavola rotonda** dedicata agli editori, è stata illustrata la formula per la massima monetizzazione dell’adv, con interventi di **SPE** (Gruppo Monrif), **ApiWeb**, **NextOne Media** e **SecondaMano.it**.

Ulteriori informazioni sull’evento sono disponibili al seguente link:
<http://simplypub2013.eventbrite.com/#>

Per ulteriori informazioni:

www.dada.eu

www.simply.com

www.simply.com

Simply è un brand di DADA S.p.A., società quotata al segmento STAR di Borsa Italiana, uno dei principali player europei nella fornitura nei servizi professionali per la presenza e la visibilità in Rete.

DADA opera in Italia attraverso Register.it S.p.A., leader storico nella fornitura di servizi di registrazione di domini, hosting, protezione del brand e pubblicità digitale.

Register.it propone ai suoi clienti un’offerta di servizi professionali accessibili tramite la Rete e gestibili attraverso strumenti di controllo semplici e intuitivi. È inoltre il primo operatore italiano accreditato presso ICANN.

Con 510 mila aziende clienti e più di 1,8 milioni di domini di gestione, il Gruppo DADA si posiziona tra le prime realtà del settore della registrazione dei domini Internet e della gestione della presenza online di persone ed aziende in Europa; oltre ad operare in Italia attraverso Register.it, DADA è presente in Spagna, Regno Unito e Irlanda, Francia, Portogallo e Olanda rispettivamente attraverso i marchi Nominalia, Namesco, PoundHost, Register365 e il Gruppo Amen.

Ufficio stampa | Burson-Marsteller

Cinzia Trezzi - cinzia.trezzi@bm.com

Cristina Gobbo - cristina.gobbo@bm.com

Tel. (+39) 02 72143543

Relazioni Esterne DADA

Nicoletta Pinoia - nicoletta.pinoia@dada.eu

Monica Gilardelli - monica.gilardelli@dada.eu

Tel. (+39) 02 54027718