



Patrizio Zanatta

Sales & Account
manager Italy
di 24/7 Real Media

Il futuro della rete è roseo

Il manager sostiene che: «già dall'inizio di quest'anno stiamo assistendo a un ritorno degli investimenti. Le tecnologie future punteranno ad aree in espansione come video, mobile e social»

Patrizio Zanatta, sales & account manager Italy di 24/7 Real Media immagina un futuro roseo per tutto ciò che ruota intorno alla rete. «Già dall'inizio di quest'anno stiamo assistendo a un ritorno degli investimenti. Anche il mercato globale del display advertising ha seguito questo trend di ripresa, balzando a circa +10%. Soglia che è destinata ad essere superata nel 2011 secondo le proiezioni stilate da Magnaglobal, una delle fonti più autorevoli su strategia, forecast e negoziazioni relative agli investimenti media mondiali. Pubblicità tv, radio, out-of-home, giornali e magazine stanno vivendo tutti una crescita ad una cifra sola, rimarcando il fatto che internet superi di gran lunga la crescita media del mercato pubblicitario generale. Il futuro del settore è sicuramente molto positivo; la penetrazione della banda larga si sta diffondendo connettendo sempre più famiglie ed aziende e il tempo medio speso online aumenta con l'effetto di guidare maggiormente gli investimenti verso il digitale».

Quali progetti in corso?

«Essendo una società tecnologica, i nostri progetti, sforzi e investimenti ruotano principalmente intorno allo sviluppo di Open AdStream, la nostra piattaforma di ad management, disponibile sia in versione Asp sia in-house. Stiamo dando e intendiamo continuare a dare ai nostri clienti una tecnologia tra le più aggiornate del mercato, confermando gli aggiornamenti ogni 4 mesi, mentre nel 2011 sono già nella roadmap nuove funzionalità e miglioramenti, alcuni delle quali ci vengono suggerite direttamente dai nostri clienti. Come detto, essendoci tre nuovi aggiornamenti della piattaforma ogni anno, con la stessa cadenza abbiamo novità da comunicare. Nell'ultimo aggiornamento, che riguarda la versione 10.3 di Open AdStream uscita lo scorso settembre, per esempio, sono state completamente rinnovate e arricchite le funzioni mobile, la gestione di rich media e video e sono state aggiunte ulteriori opzioni avanzate di targeting».

Su che strategie vi basate?

«La tecnologia avanzata essendo il principale motore della crescita della nostra so-

cietà, svolge sempre un ruolo chiave nella nostra strategia. Gli sviluppi e le risorse sono tutti indirizzati a renderla più avanzata ed innovativa possibile, che sia in grado di gestire virtualmente tutti i formati pubblicitari su qualsiasi mezzo digitale attuale ed emergente. Importantissima per noi è anche la valorizzazione del rapporto di partnership coi nostri clienti ascoltandone i feedback, indirizzandoli verso gli approcci utili per realizzare i propri progetti e mettendo loro a disposizione tutte le nostre risorse. Il fatto di avere sede a New York City e 18 uffici sparsi in 12 paesi, ci dà la possibilità di guardare da una finestra privilegiata ciò che accade in tutto l'ecosistema digitale globale e quindi di condividerne in anteprima i trend coi nostri clienti».

Nuove tecnologie su cui puntare?

«Ci sono sicuramente nuove interessanti tecnologie in aree di forte espansione come il video, il mobile e naturalmente i social media. Sicuramente si nota molta attenzione sul mobile, specialmente su sviluppi legati a e-reader e tablet come iPad e sul geotargeting basato su localizzazione Gps per dispositivi mobili in generale».

I nostri progetti, gli sforzi e gli investimenti ruotano principalmente attorno allo sviluppo di Open AdStream, la nostra piattaforma di ad management disponibile sia in versione Asp sia in-house