

## QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI - giovedì 6 novembre 2008 n.193



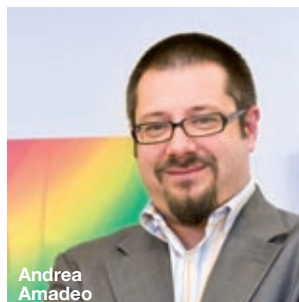
► ting, «Che arrivò in Italia con un certo ritardo a causa della necessità di adattarlo al nostro mercato. Oggi proponiamo una declinazione di questa tecnologia, legata alla passione degli utenti. Utilizziamo insomma lo stesso strumento con finalità e metriche diverse, in ottica di branding. In tal senso, il test svolto con **Mercedes** ha dimostrato come la rete possa portare interessanti risultati per la brand awareness. Yahoo! Branding, questo il nome dello strumento, sarà oggetto di forti investimenti nei prossimi tempi. Domani (oggi, ndr) nel mio speech parlerò di **Yahoo! Answers**, che in Italia ha ottenuto risultati pazzeschi con 8 milioni di utenti. Le stesse aziende (**Vichy, Mediaworld, Johnson & Johnson**) vi partecipano, dando vita a discussioni, una comunicazione diversa dal tradizionale banner».

**Patrizio Zanatta**



**sales & account manager  
24/7 Real Media**

«In Italia internet continua a registrare andamenti molto positivi anche se nei mercati pilota, Usa e Gb, gli investimenti pubblicitari cominciano a rallentare, come effetto della crisi o più probabilmente per via della maturazione del mercato. «Si è passati dal 24% al 18%, per alcuni operatori può rappresentare una "tragedia", per me invece il dato continua a essere positivo. Nel nostro Paese solo ora si inizia a vedere un concreto entusiasmo verso il mezzo internet. In particolare, assistiamo alla presa di coscienza da parte di aziende consolidate nel mondo dei media, che avvertono l'esigenza di sviluppare un aspetto nuovo del loro business. Penso, per esempio, a **Digitalia '08** (la concessio-



naria di **Mediaset** per le attività in digitale, ndr) e al fatto che società americane aprono in Italia. Siamo all'anno zero del nostro mercato, sia per investimenti sia per numero di player e nuovi operatori che si stanno affacciando». **24/7 Real Media Italy** è specializzata in ad serving, fornisce servizi di misurazione del behavioural targeting, mobile targeting network e di analisi delle post impression. Recentemente ha lanciato **Open Ad Stream 7.0**, l'ultima versione della piattaforma di gestione dei servizi. «Al momento siamo in fase di certificazione della versione locale, che sarà disponibile nel primo trimestre del 2009. Questo, insieme all'ingresso in **Wpp** un anno fa, rappresenta il nostro asset strategico di sviluppo». Per Zanatta il convegno lab

2008 «è un successo, il mercato è molto ricettivo, e lo dimostra l'enorme affluenza».

**Andrea Amadeo  
business development  
manager digital video  
& web solutions Adobe  
Systems Italia**

«Se in Nord America internet è un mezzo affermato da tempo, in Italia ancora non ha raggiunto una giusta affermazione. Ci vorrebbe più coraggio e dare a questo mezzo più investimenti, perché comunque il rapporto tra costi ed efficienza sarà sempre positivo e molto conveniente sul fronte dei primi. Auspico più coraggio nello spostare risorse su internet. Da noi c'è un ritardo culturale su questo mezzo, quando con poco di più si potrebbero ottenere risultati di grande impatto. Certo, è necessario passare dall'idea di internet come media accessorio a mezzo che ha la stessa dignità dei classici, e soprattutto convincersi della necessità di sviluppare linguaggi e contenuti appropriati, soprattutto in termini pubblicitari». Amadeo lamenta uno scollamen-

NetMediaEurope presenta i nuovi siti per i professionisti dell'IT

eWEEK  
europe

www.eweekurope.it

eWEEK  
CHANNEL INSIDER

www.channelinsider.it