



ITALIAONLINE SCEGLIE COMSCORE VALIDATE CAMPAIGN ESSENTIALS (VCE) PER LA MISURAZIONE DELLA VIEWABILITY DELLE CAMPAGNE ONLINE

**L'innovativo tool di comScore consente di
monitorare il reale impatto degli annunci adv online sul pubblico**

**Il tasso di viewability degli annunci delle principali properties di Italiaonline
(tra cui Libero.it) raggiunge già una percentuale del 57%, contro una media
U.S.A. che si attesta al 46%**

Italiaonline, l'internet company italiana a cui fanno capo, tra le altre web properties, anche i portali [Libero](#) e [Virgilio](#), è in Italia uno dei primi player dell'offerta ad aver scelto **validate Campaign Essentials (vCE)**, la soluzione di **comScore**, azienda leader nella misurazione del mondo digitale, per valutare l'efficacia delle campagne online, in termini di visualizzazione effettiva e raggiungimento del target demografico.

La scelta di Italiaonline si inserisce nell'ambito dello sviluppo qualitativo dell'offerta della propria concessionaria **Italiaonline ADV**, che mira a rispondere in modo puntuale alle necessità degli inserzionisti di valutare e misurare gli effetti della comunicazione online, anche sulla base della visibilità, dell'area geografica e del raggiungimento del target audience; valutazioni che richiedono strumenti sempre più evoluti e sofisticati e che vadano anche oltre le metriche standard di internet, basate su impression e click through generati. In questo scenario si determina il futuro delle scelte degli investitori.

Il valore del vCE di comScore consiste esattamente nella misurazione delle *impression validated*, che rileva l'audience reale, attraverso il monitoraggio integrato di tutti gli aspetti di una campagna, dall'audience raggiunto, alla visibilità, alla copertura geografica.

"Nell'ultimo anno abbiamo visto crescere e incrementare la qualità della nostra audience parallelamente allo sviluppo delle nostre web properties e dei format adv offerti al mercato; crediamo nelle soluzioni che proponiamo ai nostri clienti e desideriamo offrire loro tutti gli strumenti necessari per valutarne l'efficacia in totale trasparenza. Basti pensare che comScore, affermatosi già negli Stati Uniti quale più autorevole e completo strumento di validazione, ha rilevato che il tasso di viewability degli annunci del portale Libero.it raggiunge una percentuale del 57%, superando di gran lunga la media U.S.A. che si attesta al 46%" ha commentato Gabriele Mirra Vice President Business Unit Portal di Italiaonline.

Nello specifico, le variabili chiave monitorate da vCE sono: le effettive visualizzazioni degli annunci di cui almeno il 50% dei pixel sia stato visualizzato dall'utente per almeno un secondo; la copertura geografica, attraverso il riconoscimento delle impression erogate anche in aree diverse da quelle pianificate; le impression generate da traffico non umano, come spider, bots o domini sconosciuti e quelle erogate su siti con contenuti inappropriati, che vengono individuate e bloccate in automatico per garantire maggiore affidabilità e sicurezza.

La viewability è un altro elemento che consente ai marketer del settore di ottimizzare sempre di più le campagne pubblicitarie, potendo contare su dati di viewability aggiornati in close-to real time.

Partiranno nelle prossime settimane le prime campagne che integreranno validate Campaign Essentials.

Italiaonline

Italiaonline S.r.l. è la società che raggruppa ed incorpora tutti i brand e gli asset di Matrix S.p.A. e di Italiaonline S.r.l. (già Libero S.r.l.), a seguito dell'acquisizione di Matrix da parte di Libero, conclusa a Novembre 2012, e alla successiva fusione per incorporazione di Matrix nella Italiaonline S.r.l., conclusasi a dicembre 2013. È indirettamente controllata dalla Orascom TMT Investments S.r.l. tramite la Libero Acquisition S.r.l., società che fanno capo al magnate egiziano Naguib Sawiris, protagonista a livello mondiale nel settore delle telecomunicazioni. Fanno oggi parte di Italiaonline i portali Libero e Virgilio, i web magazine Di•Lei, TotalTech QuiFinanza e SportStadio, la piattaforma video ViTV, le utility 1254 e Aplitisito, le concessionarie di web advertising Italiaonline ADV e Italiaonline Local, il solution provider IT.NET.

A proposito di comScore

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) è il leader mondiale nella misurazione del mondo digital e di web analytics e fornisce informazioni precise sul comportamento del consumatore web, mobile e TV, permettendo ai clienti di massimizzare il valore dei propri investimenti. comScore offre una varietà di software on-demand e servizi customizzati tramite le sue quattro colonne portanti: Audience Analytics, Advertising Analytics, Digital Business Analytics e Mobile Operator Analytics. In Italia comScore è rappresentata in esclusiva da Sensemakers.

Media Contact:

Simona Vecchies - Giorgio Marigliano
Image Building
Via Privata Maria Teresa, 11
20123 Milano
Mobile: +39 02 89011300
E-mail: tlc@imagebuilding.it

comScore

Ana Laura Zain
Marketing Manager, Spain & Emerging Markets
+44 20 3111-1730
azain@comscore.com

