



## **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 Apritisito, 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

