



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VII - lunedì 19 gennaio 2009 n.008

NUOVA CAMPAGNA PER 20TH CENTURY FOX HOME ENTERTAINMENT X-Files, il film in Blu-Ray in web adv



Un dettaglio del canale dedicato a X-Files realizzato sul portale Youtube.com

REALIZZATI UN CANALE YOUTUBE DEDICATO, BANNER E VIDEO SEEDING. CREATIVITÀ XISTER, PIANIFICAZIONE ISOBAR. A MARZO NUOVE ADV **2**

● L'AD DI PIXEL ADVERTISING

Cristina Pianura: «Prevediamo un 2009 ancora in crescita»

«SIAMO PRONTI AD AFFRONTARE POSITIVAMENTE QUEST'ANNO, NONOSTANTE IL RALLENTAMENTO» **5**

I NEW MEDIA DOVREBBERO CONTENERE LA FLESSIONE

Digitale e unconventional saranno i driver del mercato per l'anno 2009

SECONDO WALTER HARTSARICH, CEO DI AEGIS MEDIA ITALIA, OCCORRE OSSERVARE I SEGNALE CON REALISMO. PREVISTO UN -2%/-4% PER IL TOTALE DEI MEZZI **4**

INTERVISTE

AKAMAI, CONTENUTI IN TUTTO IL MONDO

Luca Coltellacci: «Circa il 20% del traffico internet transita dalla nostra piattaforma» **12-13**

TURISMO 10

IL SUCCESSORE DI ITALIA.IT MUOVE I SUOI PRIMI PASSI IN RETE

Firmato il protocollo d'intesa per realizzare il portale del turismo italiano. Il progetto affidato al Dipartimento del Turismo

COMUNICAZIONE 3



UNIEURO È ONLINE CON FUORITUTTO

Investimenti internet con crescita a due cifre, pianifica Dmc

ESTERO 16

PER LA MUSICA DIGITALE LE VENDITE CRESCONO DEL 25% SECONDO IFPI

Nuovo rapporto stilato dalla Federazione internazionale della musica. Il valore complessivo è pari a 3,7 miliardi di dollari

La verticalità di Advit è una preziosa opportunità per raggiungere il giusto pubblico senza dispersione di risorse e di tempo.

Valorizziamo l'editoria di qualità, semplifichiamo la vita ai pianificatori.



database  BusinessFinder in esclusiva

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VII - lunedì 19 gennaio 2009 n.008

CAMPAGNA ONLINE PER LA STORICA PROMOZIONE DELL'AZIENDA UniEuro, il "Fuori tutto" passa anche dal web

MARZIA MORETTI: «IL NOSTRO INVESTIMENTO SU INTERNET CRESCERÀ A DUE CIFRE NEL 2009»

Uno degli appuntamenti ormai tradizionali per i consumatori che ambiscono a fare buoni affari è il "Fuori tutto" di UniEuro, che consente di acquistare oggetti di varia natura merceologica a prezzi più accessibili. Una promozione che va al di là del periodo di saldi attuale, «Una campagna forte in termini di vantaggi per i consumatori - spiega a DailyNet **Marzia Moretti**, responsabile e-commerce di UniEuro -. Mettiamo in vendita prodotti

di molte categorie, con sconti fino al 50%. Si tratta di una campagna storica per noi». Il "Fuori tutto" è anche oggetto di una comunicazione online, che veicola l'utente sul sito dell'azienda, pianificata da **Dmc** dal 27 dicembre 2008 al 21 gennaio 2009. I siti coinvolti sono **Libero.it**, **PagineGialle.it**, **Trovaprezzi.it** e altri siti del network **TradeDoubler**. La creatività è firmata da **FullSix**, in collaborazione con il reparto di web design dell'azienda. «Per la campagna abbiamo

fatto un investimento importante, segno di una nuova strategia sul web - prosegue Moretti -. Nei mesi precedenti vi abbiamo investito poco, adesso prevediamo una crescita a due cifre, perché internet non è una scelta, ma una necessità. Durante il 2009 punteremo su due tipi di comunicazioni, relative alle ricorrenze,



Marzia Moretti

per stimolare il cliente con appuntamenti da lui attesi, e alle attività ad hoc, per attirarlo sulle novità di UniEuro. Per noi l'e-commerce è strategico in un mercato in crescita che ha bisogno di democratizzazione. Sta a noi renderlo accessibile a tutti, anche ai meno esperti».

F.C.



Il corso comprende cd-rom, dvd e libro

IN EDICOLA DA OGGI "COMPUTER E MONDO DIGITALE" Gruppo L'Espresso, corso e campagna

VENTITRÉ USCITE CON REPUBBLICA E L'ESPRESSO; PROMOZIONE SUI SITI DEL GRUPPO

Repubblica e **L'Espresso** presentano "Computer e Mondo digitale - Il corso di ultima generazione", un corso di computer in 23 uscite completo, facile e multimediale per conoscere in modo approfondito e per saper usare tutto il "mondo digitale" che ci

circonda. Ogni uscita si articola su tre supporti tra loro complementari: il cd-rom con tutte le lezioni, il dvd con l'aggiunta di un tutor, un libro per approfondire i temi. L'obiettivo del corso è quello di fornire al lettore tutti gli strumenti necessari per usare al meglio il computer per

il proprio lavoro, il proprio studio e il tempo libero, partendo dalle nozioni più basilari fino al funzionamento delle applicazioni più complesse. Il primo cofanetto sarà in edicola da oggi. A supporto di questa iniziativa è prevista una campagna promozionale sui siti del gruppo.

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

AUTO SCOUT 24
www.autoscout24.it

Marina e Pietro, sposati da 5 anni. Cercano una monovolume a GPL.

Marco, 30 anni, sportivo. Cerca una 4x4.

Da 10 anni il punto di riferimento per la ricerca di auto online: www.autoscout24.it

80 milioni di pagine, 1,3 milioni di utenti unici che navigano per oltre 16 minuti (Fonte: nielsen SiteCensus settembre 2008)

AutoScout24 Italia S.r.l. Via Pordenone 8, 20132 Milano (Italy) - Responsabile Advertising Michele Mango, T. 02 21080829, F. 02 21080837 mmango@autoscout24.it

