

IL GRUPPO, IN CONCESSIONE A TRIBOO MEDIA, LANCIA LA COLLABORAZIONE TRA FIDELITYCUCINA E INCIBO

HORIZON GROUP, OLTRE 700 MILA EURO DI FATTURATO NEL PRIMO SEMESTRE

Il primo semestre di **Horizon Group** ha registrato un fatturato di oltre 700 mila euro. **Francesco Fasanaro**, presidente di Horizon Group (in concessione a **Triboo Media**), ha raccontato il primo semestre del 2016 con numeri da record e il lancio di **Fidelity Cucina**, il primo canale verticale del network firmato **Fidelity House**, che si distingue per il suo innovativo motore di ricerca studiato in modo specifico per le ricette e per

la sua grafica fresca ed intuitiva. Caratteristiche che sono state subito notate da brand rilevanti nel settore dell'enogastronomia, soprattutto grazie allo spazio che Fidelity Cucina ha voluto riservare alle moderne tendenze culinarie. Non tardano dunque ad arrivare le prime soddisfazioni in termini di collaborazioni per consulenza e visibilità, prima con **Meno22percento**, che strizza l'occhio ai prodotti naturali made in Italy, ed ora

anche con **InCibo**, che punta alla commercializzazione di prodotti alimentari italiani d'eccellenza. A queste si aggiungono anche le richieste di videoricette virali per diversi brand, pubblicate sulla fan page Facebook di Fidelity Cucina. "Contiamo, attraverso questa collaborazione, di portare il nostro portale di vendita di prodotti assolutamente artigianali senza intermediazioni commerciali, a livelli di leadership sul mercato nazionale - ha dichiarato **Norberto Bucciarelli**, presidente di **InCibo** -. Si tratta di un progetto ambizioso che richiede inequivocabilmente un partner affidabile ed altrettanto ambizioso come Horizon Group". Anche sul fronte social la sola pagina Facebook di Fidelity Cucina ha raggiunto i 500 mila fan. Verificata dal bollino blu e

contraddistinta da un'elevata reattività per quel che riguarda la risposta ai messaggi degli utenti, ed un milione di fan complessivi su tutte le fan page del network, Fidelity House si è guadagnata un posto nelle 'Storie di successo' dal dipartimento di Facebook for Business. Grandi numeri anche quelli legati al traffico. Nel solo mese di giugno 2016 sono stati raggiunti 10 milioni di utenti unici e viste ben 40 milioni di pagine (fonte dati: Google Analytics - Giugno 2016), raddoppiando il traguardo raggiunto a dicembre 2015. Con questi numeri alle spalle, Francesco Fasanaro ha illustrato i vantaggi legati all'utilizzo del Facebook Business Manager al Web Marketing Festival 2016 che si è tenuto al Palacongressi di Rimini l'8 ed il 9 luglio.



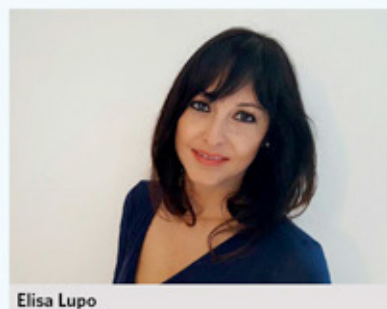
Francesco Fasanaro e Alessandro Benini

RICEVIAMO E PUBBLICHIAMO

INTEGRAL AD SCIENCE, L'IMPORTANZA DELLA MEDIA QUALITY

Elisa Lupo, direttrice per l'Italia di **Integral Ad Science**, analizza i motivi per cui è fondamentale affrontare le criticità che interessano la media quality al fine di garantire una pubblicità digitale più trasparente. "In generale, comprendere e affrontare i problemi legati alla media quality significa due cose: in primo luogo, creare un nuovo equilibrio tra le esigenze della pubblicità digitale e la necessità di trovare una perfetta armonia tra messaggio, destinatario e momento di contatto. E in secondo luogo, ridurre gli sprechi e ottenere un miglior ritorno sugli investimenti. A seguito della relazione sulla media quality di Integral Ad Science relativa al primo trimestre del 2016, se sommiamo in modo approssimativo tutte le percentuali (i dati escludono duplicazioni), possiamo constatare come fino a un 65,4% degli annunci pubblicati online a livello mondiale rischia di riscontrare problemi legati alla qualità qualora non vengano applicate le

tecnologie corrette. Il 48% degli annunci non viene mai visualizzato; il 9,1% degli annunci viene bloccato da pagine non appropriate; l'8,3% delle visualizzazioni degli annunci è fraudolento e non attribuibile a utenti reali. Il nostro settore ha bisogno di comprendere più in profondità queste problematiche e non solo evidenziarle. La buona notizia è che il settore digital sta compiendo passi in avanti, in particolare grazie all'ottimo lavoro svolto nell'ambito delle tecnologie per la verifica degli utenti. Per quanto riguarda Integral Ad Science, siamo in grado di utilizzare i dati, la nostra linfa vitale, al fine di minimizzare le conseguenze negative della qualità indicate in precedenza. Mediante la raccolta di dati sulle pagine web, selezioniamo gli spazi pubblicitari qualitativamente migliori, pubblichiamo annunci che hanno maggiori probabilità di essere visualizzati e li mostriamo esclusivamente ad utenti reali (evitando i bot). Per garantire una



Elisa Lupo

pubblicità digitale più trasparente sarà dunque fondamentale affrontare il problema della media quality nella sua definizione più completa, assicurarsi di averne compreso le dinamiche, affidarsi a vendor che possiedono le tecnologie necessarie ma soprattutto riconosciute e certificate a garantire futuri investimenti nel settore digitale e che specialmente siano in grado non solo di evidenziare i problemi ma specialmente di fornire delle soluzioni".