

Italiaonline e Triboo Media lanciano ReplyAds: ecco l'hub italiano per il retargeting

Nasce una joint venture per fornire soluzioni pubblicitarie di retargeting. Farà leva sul vasto bacino di audience fornito da Italiaonline - in particolare i 10,5 milioni di caselle mail attive - e sulle soluzioni tecnologiche proprietarie fornite da Triboo Media, oltre che sul network delle propriety gestite



Due tra le principali realtà del web made in Italy **si alleano nel segno del retargeting**: **Italiaonline**, la prima internet company italiana, e **Triboo Media**, tra le maggiori realtà indipendenti specializzate nella pubblicità e nell'editoria online, **quotata sul mercato AIM Italia**, hanno annunciato la nascita della joint venture **ReplyAds** (www.replyads.it) attraverso la quale le due aziende forniranno **soluzioni pubblicitarie di retargeting al mercato italiano**.

Il retargeting è una tecnologia sempre più sfruttata nel mercato dell'online advertising. Si tratta del meccanismo che permette di raggiungere gli utenti che hanno visitato un sito, mostrando loro annunci con offerte ad hoc sui prodotti precedentemente visionati: **una tecnologia basata su cookies che punta su utenti che, per esempio, avevano iniziato un percorso di vendita o di conversione senza terminarlo**.

ReplyAds farà leva sul vasto bacino di audience fornito da Italiaonline – in particolare i **10,5 milioni di caselle mail attive**, la cui profilazione e l'alto returning rate assicurano l'efficacia del progetto di retargeting – e sulle soluzioni tecnologiche proprietarie di ultima generazione fornite da Triboo Media, oltre che sul network delle property gestite.

«Il retargeting è uno dei segmenti del digital advertising a più forte crescita, in cui crediamo molto. **Solo il 2% di chi visita un sito di e-commerce effettua un acquisto alla prima visita. Il re-targeting permette di seguire il rimanente 98%, attraverso pubblicità display opportunamente personalizzata**», ha dichiarato **Antonio Converti**, Ceo di Italiaonline. «L'unione, tra le internet property di Italiaonline con la loro elevata visibilità, unite all'esperienza consolidata di Triboo Media nel campo delle tecnologie di performance-advertising è la strada giusta per scrivere un'altra pagina di successo nel comparto digital Italiano».

La governance della nuova ReplyAds, **posseduta al 51% da Italiaonline e al 49% da Triboo Media**, sarà costituita da un CdA composto da 3 membri (2 Italiaonline di cui un amministratore delegato e 1 Triboo Media), «Le decisioni strategiche saranno prese totalmente in comune», ha precisato Converti. «E pur essendo formata da due soli soci, **la nuova società nasce con l'idea di utilizzare anche l'inventario pubblicitario di terze parti**: è quindi un'operazione aperta ad accordi commerciali di vario genere con chiunque vorrà salire a bordo e porterà valore aggiunto per tutti i partner».

«Siamo particolarmente orgogliosi della creazione di questa alleanza con Italiaonline, che permette anche di consolidare ulteriormente il rapporto tra i due Gruppi. L'unione delle audience di Italiaonline e Triboo Media, insieme alla tecnologia proprietaria di Triboo Media, elemento su cui investiamo costantemente e che ci ha permesso di raggiungere un posizionamento distintivo sul mercato di riferimento, consentirà alla nuova realtà di assumere fin da subito il ruolo di **hub nazionale sul segmento del behavioural retargeting**», ha dichiarato **Alberto Zilli**, Amministratore Delegato di Triboo Media. «Saremo in grado di fornire un **prodotto 100% made in Italy** – in uno scenario in cui è forte la presenza di grandi player internazionali – con una formula aperta verso altre realtà editoriali, che permetterà la migliore ottimizzazione dell'inventario pubblicitaria e la massimizzazione degli investimenti pubblicitari dei nostri clienti».

L'accordo, firmato il 29 luglio 2015, prevede l'inizio immediato delle attività tramite partnership commerciale e **la costituzione della società entro il 31 dicembre 2015**. I consulenti legali dell'operazione sono stati lo **studio NCTM** per Triboo Media e lo studio **Orsingher Ortu** per Italiaonline.