

### **Nasce dadAD, concessionaria per Superva.it...**

Nasce **dadAD**, nuova concessionaria che gestirà in esclusiva la raccolta pubblicitaria per tutti i siti del network incentrato su **superEva.it**, facendo leva sull'esperienza maturata dal gruppo Dada nel marketing online e su una delle più ampie e fidelizzate comunità virtuali. La nuova struttura gestirà direttamente la raccolta pubblicitaria realizzando sulla Rete progetti di comunicazione integrata. **dadAD**, infatti, si occuperà di IP-advertising, un approccio multidevice alla comunicazione digitale, dove il Web è solo il primo degli spazi a disposizione per contattare un pubblico di massa. **dadAD** propone un mercato di oltre 5 milioni di utenti unici a centri media, agenzie e clienti finali e si pone come partner di riferimento per la pianificazione di campagne di comunicazione integrata, al fine di proporre soluzioni su misura che massimizzino l'impatto delle iniziative promozionali. "Siamo presenti da tanti anni sulla Rete e nell'ultimo anno e mezzo siamo cresciuti particolarmente - dichiara a *Pubblicità Italia Today* **Diego Mortillaro**, direttore application portal Dada -. Ci siamo così resi conto che il mercato della pubblicità su Internet richiedeva più competenze e più coinvolgimento da parte nostra. E sempre più le aziende richiedevano, più che una presenza, un vero e proprio piano di visibilità sulla Rete. Quindi abbiamo deciso, anche seguendo le attuali tendenze di mercato, di costituire una struttura interna dedicata al nostro network".

### **...guidata da Gigi Mazzeschi, di Clarence**

**Gigi Mazzeschi**, socio fondatore di **Clarence**, sarà a capo della struttura, che impiegherà 10-15 persone, mentre **Mortillaro** dirigerà la business unit. "Abbiamo anche tenuto in considerazione - spiega ancora **Mortillaro** - l'acquisizione di **Clarence**, avvenuta quest'estate. **Clarence** da sempre ha venduto i propri prodotti; ci siamo trovati perciò 2 strutture con diversi tipi di competenze: commerciali, da parte di **Clarence**, e di marketing e di prodotto, da parte del nostro gruppo. La nuova struttura avrà 2 aree, centri media e clienti, ognuna con account dedicati. Potremo offrire alle aziende un completo mix di prodotti per la visibilità sulla Rete, come sponsorizzazioni, rich mailing e wireless marketing". La precedente concessionaria **ADline**, di cui **Dada** possiede il 15% delle azioni, ha deliberato la messa in liquidazione.

### **Splash Ad, rich media per la brand awareness**

**Splash Ad**, ideato e realizzato da **Axis Strategic Vision**, Web agency con sede a Cagliari, è un innovativo strumento pubblicitario per il Web: un nuovo rich media che si caratterizza come strumento di marketing strategico, ideale per massimizzare la brand awareness, non invasivo, con una struttura leggera e che supera il tradizionale concetto di banner. La prima campagna pianificata tramite **Splash Ad** è stata lanciata dal 4 al 15 dicembre 2001 sul portale **Tiscali** per il marchio **Bresca Dorada**, azienda di prodotti tipici sardi ([www.axis-sv.it/brescadorada](http://www.axis-sv.it/brescadorada)). Informazioni su [www.splashad.it](http://www.splashad.it).

### **www.cohnwolfe.com premiato al WebAwards**

Il sito di **Cohn & Wolfe** ([www.cohnwolfe.com](http://www.cohnwolfe.com)), agenzia internazionale nel settore della comunicazione e delle relazioni pubbliche del gruppo **Wpp**, è stato nominato Best Public Relations Web Site nel **WebAwards 2001** ([www.webaward.org](http://www.webaward.org)), premio, istituito nel 1997, promosso dall'organizzazione indipendente **Web Marketing Association**.

### **Zapnet.tv, lo zapping anche sul Web**

È online [www.zapnet.tv](http://www.zapnet.tv), la prima Web tv italiana che raccoglie immagini via satellite da tutto il mondo. I temi: informazione, sport, spettacolo e curiosità. Le immagini, veloci da scaricare e accessibili gratuitamente con qualsiasi connessione, si potranno ricevere anche via e-mail; riprese da migliaia di emittenti distribuite da 30 satelliti e acquisite in digitale, vengono montate con tecnologie che non ne diminuiscono la qualità. "È un formato esportabile in tutto il mondo - afferma **Federico Pisanty**, socio fondatore di **Zapnet Web TV Factory**, neonata attività di contenuti multimediali per il Web -, in quanto attinge dai canali di tutto il mondo. Le nostre previsioni sono di raggiungere il break even nel primo anno di trasmissioni, con un fatturato di circa 750.000 euro ricavato da pubblicità e vendita di contenuti, che salirà a 1,5 milioni e 2,5 milioni rispettivamente nel secondo e nel terzo anno". A 3 mesi dalla nascita, il videomailer ha raccolto 5.000 iscrizioni, mentre il sito ha registrato 210.000 page view al mese, pari a 600.000 impression, con tempo medio di permanenza di 15 minuti. I navigatori provengono principalmente dall'utenza **Fastweb**. "Le iscrizioni degli utenti **Fastweb** al servizio videomailer - continua **Pisanty** - ci forniscono una banca dati di utenti broadband senza paragoni per numeri e per dettaglio nella profilazione consentendoci di presentarci al mercato pubblicitario con una dote molto allettante e di dar vita a forme di advertising innovative, come i Web spot". Per la pubblicità è stata scelta **Ad 1**, neonata concessionaria di Internet e della tv satellitare.