

Comprabanner e Pixel Advertising accordo di collaborazione

14 milioni di utenti unici al mese e 500 milioni di pagine viste al mese: è il frutto dell' accordo che Comprabanner ha stretto con Pixel Advertising e che sarà attivo da gennaio 2008. Le due realtà rimarranno indipendenti, ma si terranno a disposizione l'una dell'altra per le proprie competenze, i propri numeri e il proprio target. Comprabanner potrà contare sui siti verticali di Pixel Advertising da sempre leader nel segmento delle community e social network a target giovane. Pixel Advertising allarga a sua volta la propria offerta su target prima non rappresentati e che grazie agli oltre 40 siti del network Comprabanner, le consentiranno di presidiare audience mai raggiunte con soluzioni orientate all'ottimizzazione dei risultati e delle performance di cui Comprabanner è esperto. E' il primo esempio in assoluto per il mondo internet italiano di concessionarie che sposano i propri assets senza rinunciare alle proprie peculiarità ma avvantaggiandosi ciascuna delle competenze dell'altra in modo sinergico. Pixel Advertising gestirà il network Comprabanner esclusivamente nell'ambito della displayed ads mentre Comprabanner potrà estendere la propria offerta nel pay per performance. Arrivano così sul mercato dell'advertising online nuovi siti a target femminile (con importanti realtà come www.sanihelp.it, www.cookaround.it e www.bimbi.it), o appartenenti ai segmenti entertainment e games, turismo, sport, tecnologia con numeri aggregati molto significativi. Una strategia che porterà le aziende a chiudere il 2008 con performance molto interessanti: Comprabanner e Pixel Advertising saranno, per il mercato della raccolta pubblicitaria online, un player italiano di

assoluto valore. Alessandro Scartezini (nella foto), amministratore di Comprabanner e Advertise Opt-In!, aggiunge: «Abbiamo visto immediatamente questa aggregazione con Pixel Advertising come una buona possibilità di accelerare dal punto di vista del business e della complementarietà dell'offerta. Ci siamo resi conto di avere canali verticali molto validi che finora non avevamo sviluppato in maniera idonea, canali in cui siamo leader come la gastronomia o salute e benessere (grazie anche all'acquisizione di Sanihelp.it). Andremo ora ad acquisire un database di 250 mila indirizzi e-mail nell'area salute e benessere e 60 mila indirizzi di medici cui inviare newsletter promozionali. Abbiamo in cantiere altri progetti interessanti in area b2b dove abbiamo già la leadership con Paginemail, che conta oltre 120 mila iscritti. Proprio in ambito e-mail marketing ricordo che quest'anno è cresciuta moltissimo Advertise Opt-In!, controllata da Comprabanner che ha raggiunto i 6.000.000 di utenti opt-in. L'obiettivo è ora ovviamente quello di accelerare la crescita, chiuderemo il 2007 con 2 milioni di euro di fatturato tra Comprabanner e Advertise Opt-In! e speriamo di raggiungere i 3 milioni di fatturato nel 2008».

