



PPN Comunicazione - Italiaonline: Media Prime affida a iOL Advertising esclusiva pubblicità sui suoi siti femminili

Roma - 04 mar 2021 (Prima Pagina News) Esempio virtuoso di giornalismo nativo digitale con una fitta rete di corrispondenti e influencer, Roba da Donne e GravidanzaOnline, con le rispettive community, costituiscono un unicum nel panorama femminile nazionale.

Italiaonline, la più importante internet company italiana, ha siglato un accordo con Media Prime, new media company italiana, grazie al quale iOL Advertising diventa la concessionaria esclusiva della vendita degli spazi pubblicitari e progetti branded content su Robadadonne.it e sul magazine verticale GravidanzaOnline. Esempio virtuoso di giornalismo nativo digitale con una fitta rete di corrispondenti e influencer, Roba da Donne e GravidanzaOnline, con le rispettive community, costituiscono un unicum nel panorama femminile nazionale. In particolare Roba da Donne, con un'audience digitale di oltre 4 milioni di utenti, 10 milioni di pageviews mensili e 2 milioni di fan/follower sui social, rappresenta una delle community più grandi e attive d'Italia, in grado di dialogare con le generazioni digitali femminili e fluide; interpretare le istanze inclusive del Terzo Millennio, in tema di empowerment, diversity, sostenibilità; rispondere all'esigenza di un'informazione puntuale e verificata e di approfondimenti qualificati a cura di influencer e personalità di riferimento del mondo digital, offrire un intrattenimento irriverente con vignette, meme e contenuti graffianti, che costituiscono l'anima storica della testata. GravidanzaOnLine, d'altra parte, con oltre 1 milione di utenti unici e 2 milioni di page view al mese, è il magazine di riferimento per il mondo della genitorialità con i suoi tre macro canali tematici: concepimento, gravidanza e bambino 0-3 anni. La redazione beneficia della professionalità di un team di medici ed esperti, che oltre ad offrire un servizio di consulenza gratuita agli utenti, garantiscono il fact-checking e la qualità dei contenuti. Ispirato ai temi dell'inclusione, della diversity e della sostenibilità, GravidanzaOnLine è diventato magazine imprescindibile per le aziende che intendono comunicare i propri prodotti e valori nel rispetto delle nuove sensibilità in fatto di genitorialità. A iOL Advertising è affidata la concessione in esclusiva della vendita degli spazi pubblicitari di Roba da Donne e GravidanzaOnline, oltre al progetto in sviluppo di Dire Donna, nei riguardi di clienti, centri media e piattaforme di programmatic advertising. I formati pianificabili sono tutti i principali offerti da iOL Advertising. In particolare, saranno erogati formati display, video, mobile e formati custom. L'accordo include anche i progetti di branded content e, quindi, la possibilità di offrire alle aziende l'ideazione e la realizzazione di progetti editoriali personalizzati a elevato valore aggiunto. "L'accordo per la concessione degli spazi pubblicitari su Roba da Donne e GravidanzaOnLine - dichiara Massimo Crotti, responsabile della concessionaria iOL Advertising di Italiaonline - allarga e potenzia l'offerta di iOL Advertising in un segmento di mercato - quello dei femminili non stereotipati e dei siti dedicati a gestanti e neomamme, di



cui Media Prime è tra i leader, con una presenza radicata e consolidata. E noi siamo sicuri di essere l'interlocutore giusto per portare loro ulteriore valore, in termini di investimenti pubblicitari.” “Siamo felici di poter annunciare questa partnership con Italiaonline e la sua concessionaria, riconosciuta nella industry per expertise digitale e affidabilità - dichiara Marco Palermo, Founder & Managing Director di Media Prime -. Negli anni abbiamo sancito un patto di fiducia con le nostre e i nostri utenti, assicurando loro un'informazione senza filtri e inclusiva, arricchita da contenuti d'intrattenimento irriverente e di qualità. Negli anni, Roba da Donne, GravidanzaOnLine sono state in grado di attrarre influencer e personalità di riferimento del mondo digitale che, oggi più che mai, trovano nei nostri canali uno spazio di espressione. È nostra intenzione continuare a sviluppare i prodotti con un focus crescente su soluzioni di branded content sempre più inclusive, in grado di coinvolgere la community e dare valore aggiunto alle campagne di brand con ampio successo in termini di traffico e di critica”. Italiaonline opera nei segmenti Consumer, PMI e Grandi Clienti. Nel segmento Consumer con i brand Libero, Virgilio, DiLei, QuiFinanza, Supereva, Buonissimo, SiViaggia, Pagine Bianche, Pagine Gialle, PgCasa, TuttoCittà e altri - Italiaonline raggiunge ogni giorno 8,6 milioni di utenti unici di cui 6,7 milioni da mobile, con una market reach del 62%.

(Prima Pagina News) Giovedì 04 Marzo 2021