



***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 Robadonne.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