



la forza delle idee...

**terni in rete**

# terni in rete

On Web di Lorenzoni Adriano  
Villaggio A. Grandi, 20 :: 05100 TR  
333- 3312974 :: 334- 3494689 :: info@terninrete.it  
Pl. 01417770557

**Utenti unici: 250.000 / mese**

**Pagine viste: 750 mila / mese**

*(dati Google Analytics)*

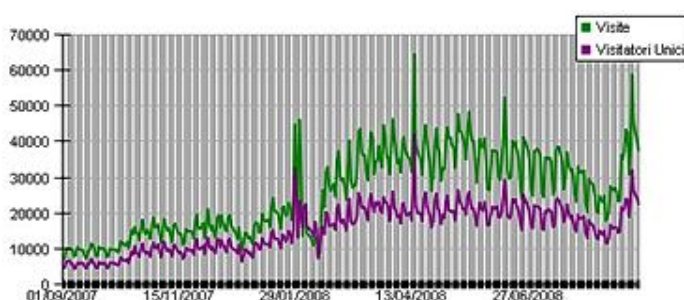
**Utenti registrati: 2643**

**Google pagine indicizzate: 121 mila**

**Yahoo pagine indicizzate: 147 mila**

**On line dal: 1/1/2007**

*(Dati aggiornati a Marzo 2009)*



**Terni in Rete** nasce nel Gennaio 2007, come portale cittadino di informazione e di servizi per la città di Terni, in collaborazione con la redazione di Tele Radio Galileo, emittente locale di esperienza pluri decennale.

I contenuti del portale spaziano dalla cronaca locale e sportiva fino a rubriche di carattere nazionale. I servizi comprendono servizi di utilità locale, di community e servizi di interesse non solo territoriale.

Dalla sua nascita ad oggi, il sito ha visto una costante crescita di interesse da parte di visitatori *locali e nazionali*, raggiungendo le attuali **250.000 visite uniche** mensili per un totale di oltre **750 mila pagine viste** al mese *(dati Google Analytics aggiornati a Marzo 2009)*.



Terni in Rete vanta già una notevole indicizzazione nei motori di ricerca più diffusi (Google, MSN, Yahoo, etc.) risultando nelle prime posizioni assolute per la parola "Terni" e potendo contare anche su una grande visibilità nazionale grazie alle oltre **100 mila pagine** già indicizzate da Google e alla sua inclusione tra le fonti selezionate da Google News.

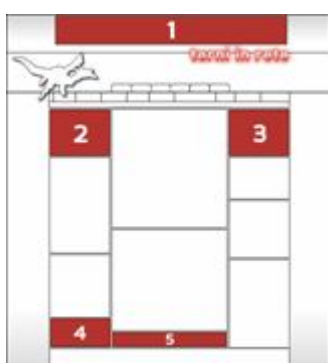


Il sito ha già riscosso in così poco tempo il consenso di portali istituzionali e informativi, sia locali che nazionali, i quali lo hanno referenziato in modo permanente o puntualmente ne pubblicano riferimenti ai contenuti, completi di link alla fonte.

## SOLUZIONI DI ADVERTISING

Le soluzioni che proponiamo comprendono: banner in formato standard e non, link testuali, presenza nella newsletter. La durata minima della campagna promozionale è di un mese, fatta eccezione per la promozione di eventi, che possono usufruire anche di una singola settimana di esposizione.

Verranno presentate di seguito tutte le possibili soluzioni di advertising e la loro collocazione nelle diverse sezioni del sito, complete di specifiche tecniche, visibilità a rotazione e indicazioni di efficacia.



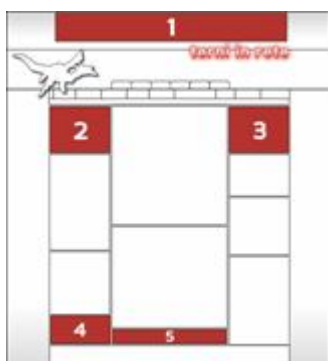
### 1. LEADERBOARD (728X90)

**Formati:** Jpg, Gif, Macromedia Flash

**Peso massimo:** 25 Kb.

**Posizioni:** Homepage+Dettaglio (X4), Canali (X1), Showroom (X2), Eventi (X1), Classifiche (X1), Incontri (X2), Forum (X2)

**Durata:** 1 settimana (solo eventi) / 1- 12 mesi



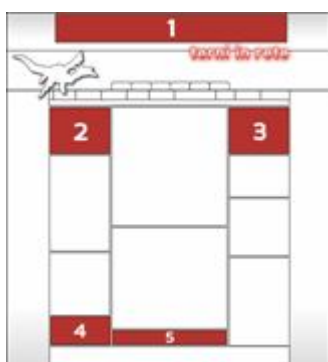
### 2. RECTANGLE (180X150)

**Formati:** Jpg, Gif, Macromedia Flash

**Peso massimo:** 15 Kb.

**Posizioni:** Homepage+Dettaglio (X2), Canali (X1), Showroom (X2), Eventi (X1), Classifiche (X1)

**Durata:** 1 settimana (solo eventi) / 1- 12 mesi



### 3. RECTANGLE (180X150)

**Formati:** Jpg, Gif, Macromedia Flash

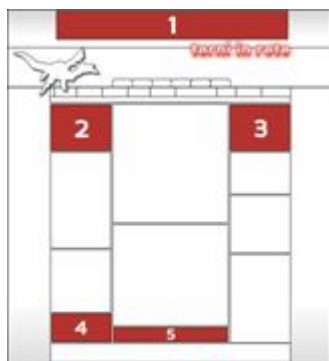
**Peso massimo:** 15 Kb.

**Posizioni:** Homepage+Dettaglio (X2), Canali (X1)

**Durata:** 1 settimana (solo eventi) / 1- 12 mesi

# terni in rete

On Web di Lorenzoni Adriano  
Villaggio A. Grandi, 20 :: 05100 TR  
333- 3312974 :: 334- 3494689 :: info@terninrete.it  
PI. 01417770557



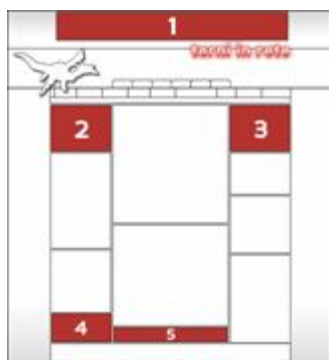
## 4. RECTANGLE (180X150)

**Formati:** Jpg, Gif, Macromedia Flash

**Peso massimo:** 15 Kb.

**Posizioni:** Homepage+Dettaglio (X1), Canali (X1), Showroom (X1), Eventi (X1), Classifiche (X1)

**Durata:** 1 settimana (solo eventi) / 1- 12 mesi



## 5. BANNER (365x60)

**Formati:** Jpg, Gif, Macromedia Flash

**Peso massimo:** 15 Kb.

**Posizioni:** Homepage (x1), Canali (x1), Showroom (x1), Eventi (x2)

**Durata:** 1 – 12 mesi

## ESEMPIO DI LAYOUT HOME PAGE

The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a banner for LINEADSL with the text 'L'UNICA ADSL CON 512 KB DI BANDA MINIMA GARANTITA SENZA CANONE TELECOM E SENZA COSTI AGGIUNTIVI'. Below the banner is the 'terni in rete' logo and a navigation menu with links: home, canali, eventi, community, rubriche, servizi, multimedia, strumenti, contatti. The main content area is divided into several sections: a search bar, a featured article titled 'in rilievo' about 'ALLAGAMENTI NEL TERNANO', a section for 'TRANSPORTO PUBBLICO LOCALE' featuring a yellow bus, and a 'community' section with a photo of a woman. The footer contains a poll titled 'Se arrivano evidentemente si può' and a section for 'la tua opinione'.

## PERCHE' INVESTIRE IN PUBBLICITA' SU INTERNET

In base ad una recente ricerca della European Interactive Advertising Association (EIAA) emerge un dato che sicuramente molti non si aspettano: **gli italiani preferiscono internet alla TV!**

Una analisi della ricerca, condotta dall'Internet Advertising Bureau (IAB), è disponibile all'indirizzo: <http://iab.blogosfere.it/2007/11/gli-italiani-preferiscono-internet-alla-tv.html> e fornisce dati sorprendenti su come la banda larga e la diffusione esponenziale di internet stiano modificando le tendenze di tutte le età.

Search	87%
Email	81%
Comunicazione attraverso siti di social networking	42%
Instant messaging	37%
Scaricare musica	31%
Ascoltare la radio	31%
Guardare TV, film o video clip	30%
Classifiche e valutazioni	27%
Partecipare a forum	26%
Scaricare film, TV o video clip	20%

Questi dati si riflettono ovviamente sui media utilizzati per la promozione del proprio brand e la IAB presenta un sommario dettagliatissimo della **vertiginosa crescita di investimenti in pubblicità on-line**, a cui si sta assistendo negli ultimi anni: [http://www.iab.it/news/detail.aspx?TRS\\_ID=1584000&ID=2851](http://www.iab.it/news/detail.aspx?TRS_ID=1584000&ID=2851) Ci si avvia a consolidare una crescita a due cifre, già avvenuta nel 2006 sul 2005, per arrivare a circa 600 milioni di euro (stima Assocomunicazione per il 2007) **con il 40% di incremento sul 2006**.

La IBM ha pubblicato una sua analisi a riguardo, nella quale si stima che nei prossimi 5 anni, ci saranno più cambiamenti nel settore dell'advertising di quanti ce ne siano stati negli ultimi 50: <http://iab.blogosfere.it/2007/11/ibm-presenta-il-report-the-end-of-advertising-as-we-know-it.html>



Infine nella 15° edizione del suo studio, la NetObserver® Europa, rivela che la tipologia di contenuti media maggiormente consumata on line risulta essere quella proveniente **dagli organi di stampa**, seguita dalle web radio e tv: [http://www.iab.it/documenti/detail.aspx?TRS\\_ID=1595000&ID=2858](http://www.iab.it/documenti/detail.aspx?TRS_ID=1595000&ID=2858)