

## Datacenter

### Media Consultants e AdReport lanciano in Italia un nuovo tool di rilevazione delle campagne digital

*Lo strumento esamina migliaia di indirizzi web e registra ogni annuncio pubblicitario trovato, display e video, praticamente in tempo reale. Prossimi sviluppi: campagne social, integrazione con gli spot tv e pianificazioni in Programmatic*



di **Alessandra La Rosa**

28 ottobre 2015

Dalla collaborazione tra **Media Consultants**, società italiana specializzata nella produzione di strumenti e servizi per advertising management, media planning, analisi di media research e monitoraggio delle attività pubblicitarie, e **AdReport**, società internazionale specializzata nella rilevazione delle campagne pubblicitarie su internet, nasce in Italia un **nuovo servizio di rilevazione delle campagne digital**.

Si chiama **AdReport**, come uno dei suoi fautori, e arriva in Italia dopo essere diventato uno strumento apprezzato da aziende, publisher e centri media in Grecia, Turchia e Olanda, cui si aggiungeranno altri Paesi europei a partire dal 2016.

Il suo sistema di monitoraggio utilizza una metodologia simile a quella dei motori di ricerca, che **esamina migliaia di indirizzi web durante l'intero giorno**, anche ripetendo l'accesso in momenti diversi della giornata, e **registra ogni annuncio pubblicitario trovato**, consentendo di avere informazioni praticamente in tempo reale.

Il servizio in Italia è attivo da febbraio e, in pochi mesi, controlla già, 24 ore su 24, circa 600 siti e oltre 8.000 URL. Solo negli ultimi mesi ha già rilevato circa 1.500 inserzionisti, 6.000 campagne e oltre 40.000 creatività pubblicitarie.

L'interfaccia del tool è particolarmente user friendly: per ogni annuncio identificato vengono subito mostrate **azienda, prodotto, campagna, categoria, siti web, tipi banner e creatività**. Il dettaglio della singola campagna affianca le creatività ai siti web e sottosezioni su cui sono state reperite.

«Media Consultants è da sempre impegnata nello sviluppo e nell'offerta di strumenti per il mondo della comunicazione sul web, ad esempio col il nostro tool di gestione e pianificazione del mezzo **NET\*Box**. Tra l'altro, la nostra consociata **Metro Media System** rileva e certifica l'emesso pubblicitario sulle TV italiane, e dunque ci sembrava una cosa abbastanza naturale estendere il monitoraggio anche al web – ha spiegato **Giovanni Ganzi, direttore generale Media Consultants** -. Tra l'altro, **oggi manca un elemento di unificazione e collegamento tra i molti prodotti dedicati al digital per pianificare e gestire, misurare audience e monitorare le campagne attive**. Con questo nuovo strumento puntiamo a creare sinergia, integrazione e omogeneizzazione tra le informazioni provenienti dalle fonti più varie».

Il tool AdReport è stato presentato alla stampa il 28 ottobre, e in questa occasione **Rodolfo Rotta-Gentile, direttore marketing di Media Consultants**, ha spiegato a Engage quelli che saranno i prossimi step del progetto, che attualmente monitora formati display e video, comprendendo parzialmente anche annunci mobile se presenti su siti responsive. «Stiamo sperimentando delle **ulteriori implementazione sul fronte degli annunci mobile**, e stiamo pensando anche a una **identificazione delle campagne sui social**, così come a una **integrazione del monitoraggio della presenza di una campagna in tv con quello della sua veicolazione online**».

Non da ultimo, una delle possibili evoluzioni sarà il **Programmatic**, come ci rivela lo stesso Rotta-Gentile: «Siamo consapevoli dell'importanza

che avrebbe, in termini di validazione delle inventory, una corretta identificazione di dove vengono pianificati gli annunci automatizzati. Per questo stiamo pensando di avviare una serie di **accordi con partner specializzati nell'ad-tech**, penso soprattutto alle **SSP**, per consentire anche una rilevazione delle campagne in Programmatic. In alcuni altri Paesi dove AdReport è presente, ad esempio la Grecia, è già possibile identificare le campagne pianificate in Programmatic e contiamo in futuro di ampliare in tal senso anche il tool italiano».

---

#### CONTATTI

Redazione: [redazione@engage.it](mailto:redazione@engage.it)

Marketing: Vania Camillozzi - [vania.camillozzi@engage.it](mailto:vania.camillozzi@engage.it)

Telefono: 389 4428400

Engage è un marchio di Edimaker Srl - P.IVA 08421160964

---