

# GRUPPO 24 ORE



MOBILE



iPAD



*Il Sole 24 Ore Digital Publishing*  
*The digital experience, da singolo prodotto a*  
*cliente multidevice*

# Tante le domande per un editore

**Sono i tablet la risposta?**

**Pay wall o non paywall?**

**Fino a quando conviene stampare?**

**Il contenuto è neutrale o guida la piattaforma?**

**Quali i business model da seguire?**

**Come approcciare i social?**

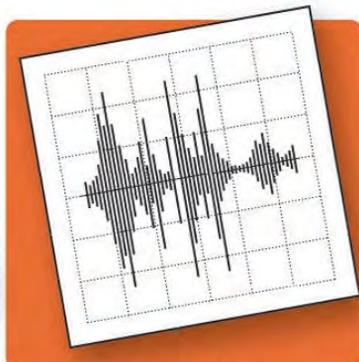
**Come monetizzare meglio la customer base?**

**Come produrre maggior contenuto di qualità per tutte le piattaforme?**

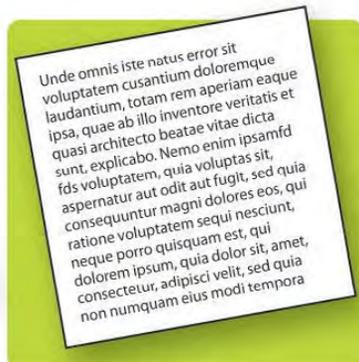




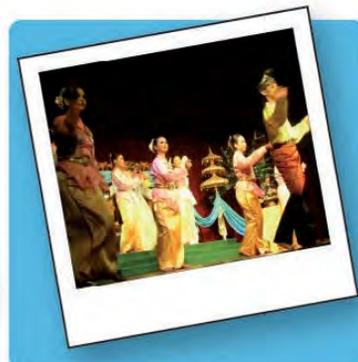
**VIDEO**



**AUDIO**



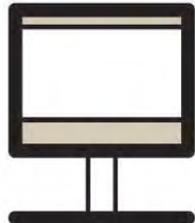
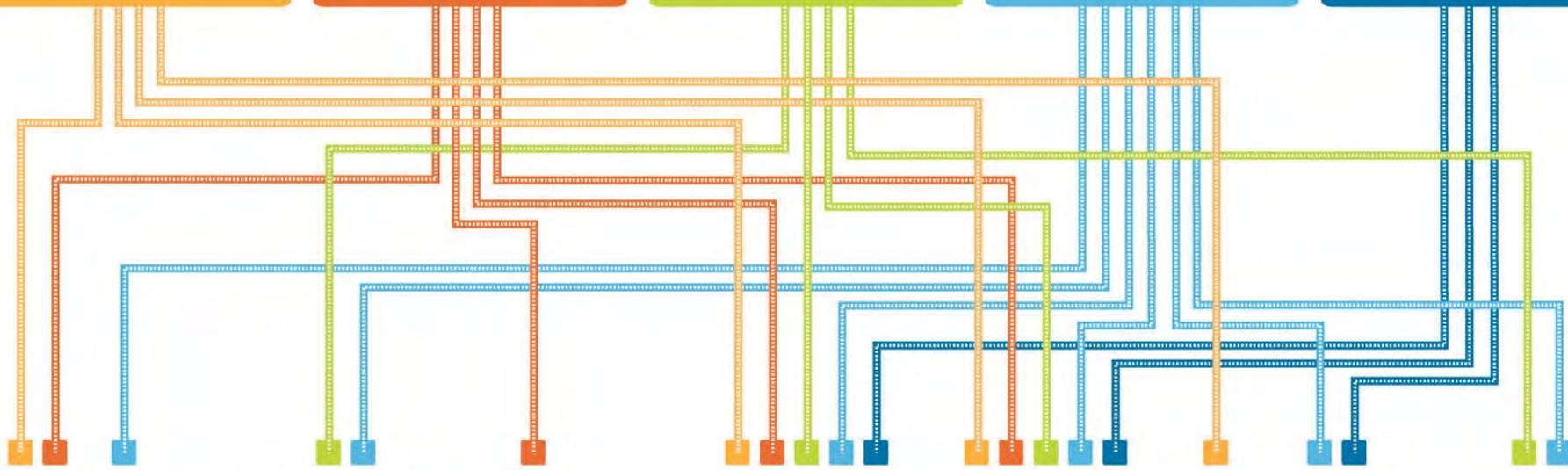
**TESTI**



**IMMAGINI**



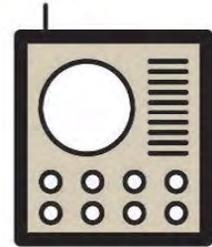
**APPLICAZIONI**



**TV**



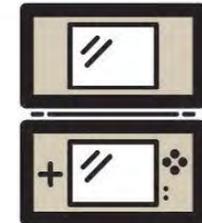
**GIORNALE**



**RADIO**



**COMPUTER**



**CONSOLE**



**MOBILE**



**E-READER**



# Internet audience (individui 2+)

**28,3 MILIONI NEL MESE**  
IL 51,5% DELLA POPOLAZIONE ITALIANA 2+

**14,1 NEL GIORNO MEDIO**

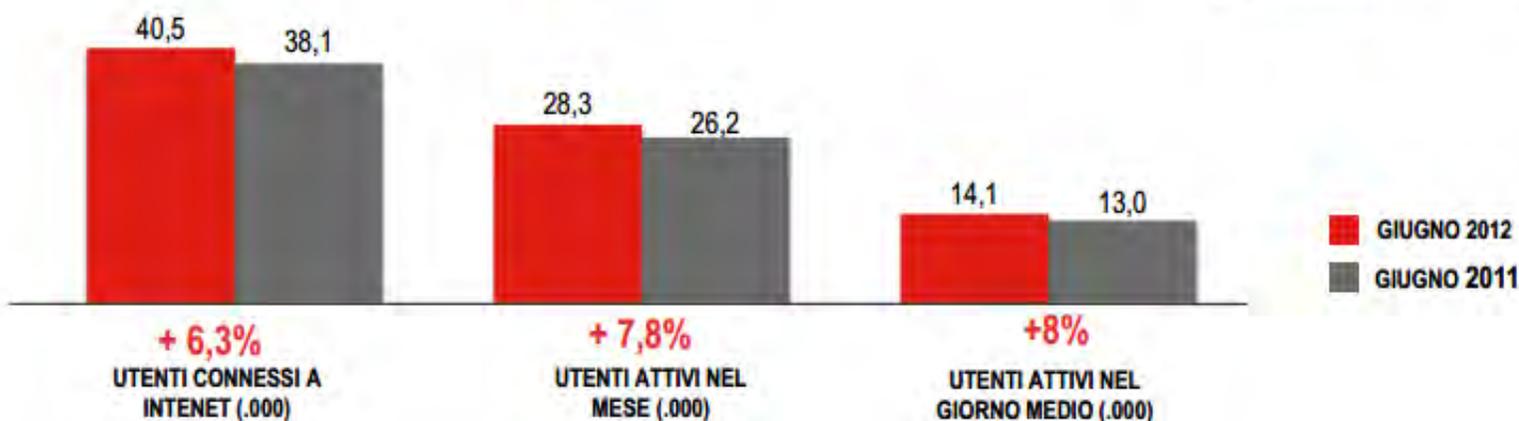
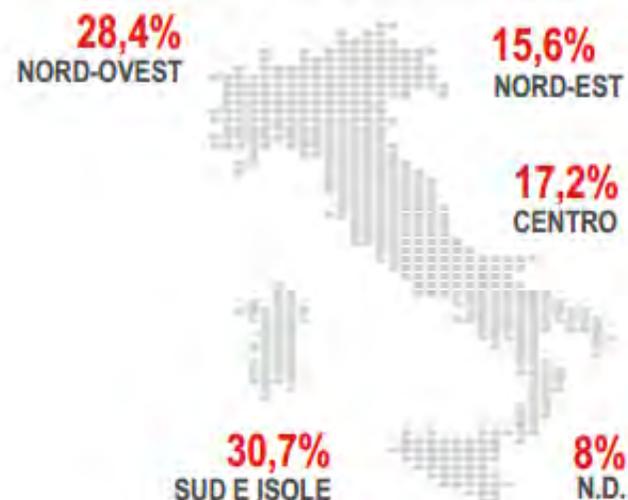
**44%**  
6,3 MILIONI  
DI DONNE



**56%**  
7,8 MILIONI  
DI UOMINI



UTENTI ATTIVI NEL GIORNO MEDIO  
DETTAGLIO AREA GEOGRAFICA



Fonte audiweb

# Smartphone, Tablet e internet

**43,8 mln**

HANNO UN  
TELEFONO CELLULARE



Oltre il 90% degli Italiani 11-74 anni dichiara di **possedere un telefono cellulare** utilizzato esclusivamente dall'intervistato e non condiviso con altri familiari

**15,0 mln**

ACCEDONO A INTERNET DA  
TELEFONO CELLULARE



il 31,3% della popolazione 11-74 anni possiede un telefono cellulare con accesso a internet da cellulare

**2,0 mln**

ACCEDONO A INTERNET  
DA TABLET



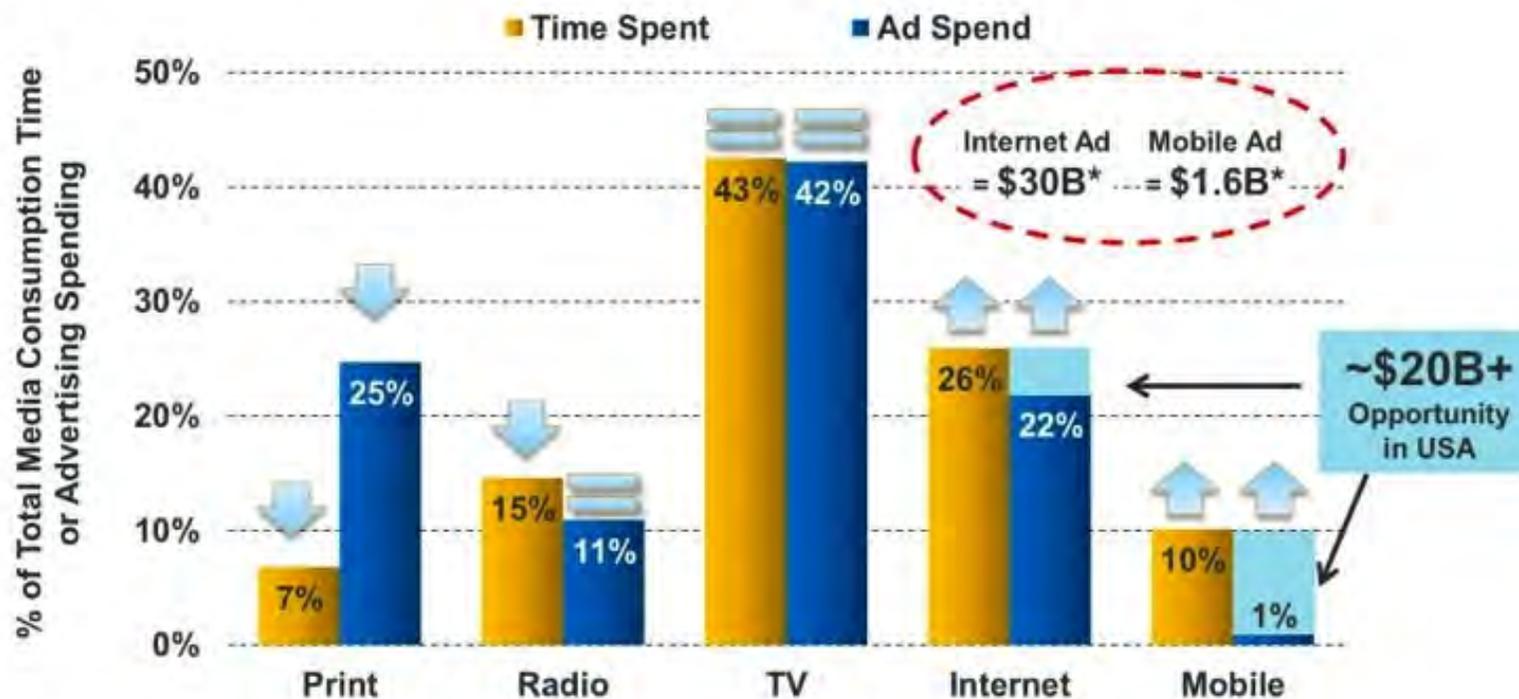
Il 4% della popolazione 11-74 anni dichiara di possedere un **tablet con accesso a internet** dal device

Fonte audiweb

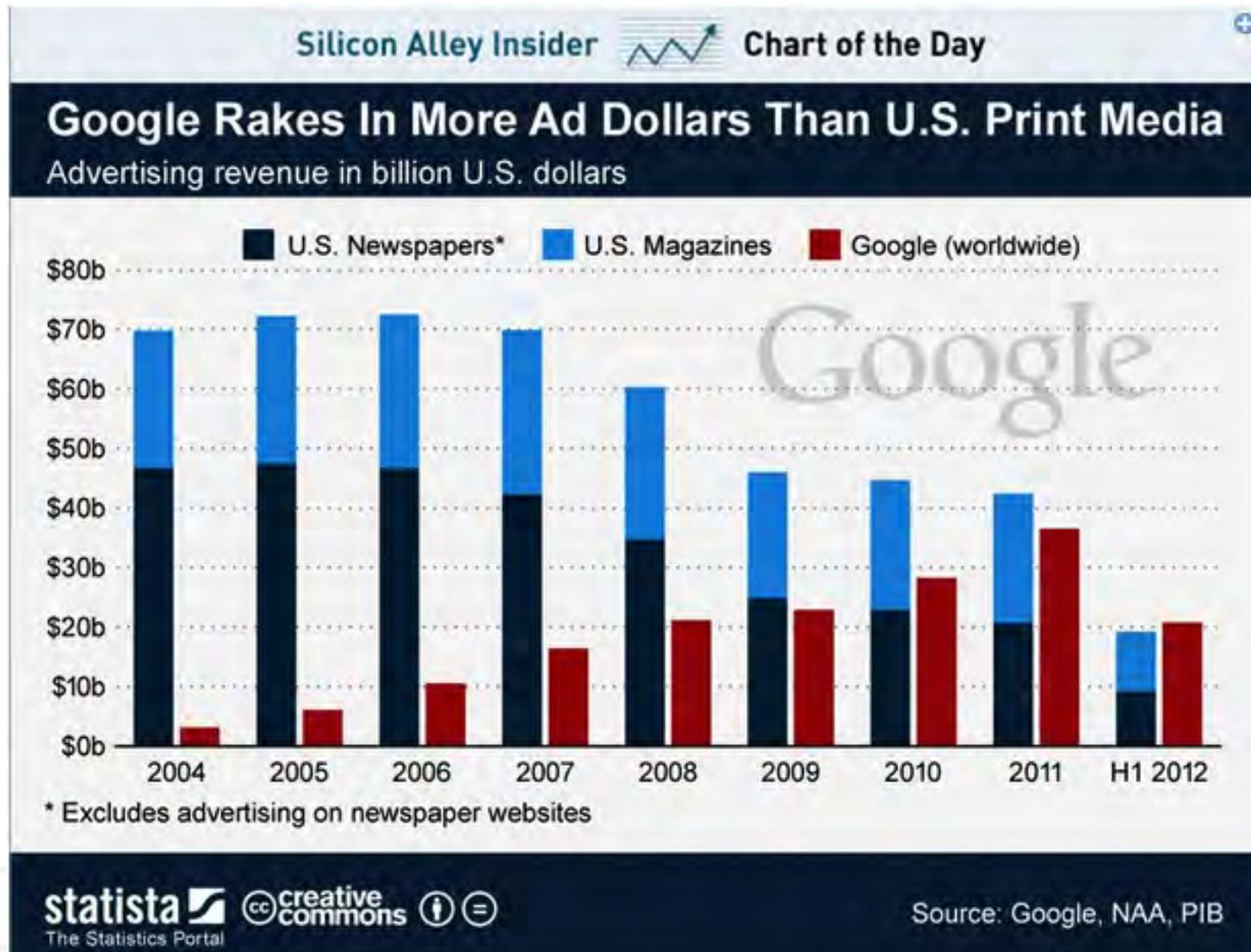
# Monetizzazione vs tempo speso

Good News =  
Material Upside for Mobile Ad Spend vs. Mobile Usage

% of Time Spent in Media vs. % of Advertising Spending, USA 2011



# Mercato sta cambiando rapidamente



# Aree di attività del Sole 24 ORE

	 <b>Sito</b>	 <b>Contenuti a pagamento</b>	 <b>E-commerce</b>	 <b>Devices</b> Mobile, tablet, apps, versione digitale
<b>Che cosa facciamo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.ilsole24ore.com">www.ilsole24ore.com</a> (include i canali verticali Motori24, Casa24, Viaggi24, ecc.)</li> <li>• Minisiti cobranded per investitori pubblicitari</li> <li>• Partnership da servizi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Dati Online (BDOL o BIG: archivio dal 1984)</li> <li>• Metered model (utenti PRO/PRO Fin.)</li> <li>• Altro (es. Telefisco Contenuti, online, servizi ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.shopping24.it">www.shopping24.it</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Prodotti Area Editrice (30%)</li> <li>– Prodotti Area Professionale (66%)</li> <li>– Prodotti di terzi (4%), tramite partnership di marketing</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sito mobile</li> <li>• quotidiano</li> <li>• altri prodotti del gruppo</li> <li>• altre apps (multidevice, multiplatform)</li> </ul>
<b>Principal i metriche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traffico                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– Utenti unici</li> <li>– Pagine viste</li> </ul> </li> <li>• Ricavi advertising (quota editore)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• leads</li> <li>• # clienti/utenti</li> <li>• Ricavi da subscription</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fatturato per Gruppo</li> <li>• Margini da intermediazione prodotti di terzi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ricavi adv (quota editore)</li> <li>• Ricavi da subscription</li> </ul>



# Il Sole 24 ORE un anno in crescita digitale



DESKTOP



	ott-12	ott-11	delta
Browser medi giorno	620.656	446.107	+ 39,1%
Pagine viste medie giorno	5.049.615	3.074.870	+ 64,2%
Browser medi giorno - mobile	29.004	20.463	+ 41,7%
Pagine viste medie giorno - mobile	116.827	87.344	+ 33,8%
Follower Twitter	513.793	121.000	+ 324,6%
Fan Facebook	153.000	94.963	+ 61,1%
Download applicazioni	711.500	365.203	+ 94,8%
Ricavi da transazioni e-commerce - <b>settembre*</b>			+ 32,5%
Ricavi ADV display			+ 15,0%
Ricavi da applicazioni			+ 75,9%

Fonte nielsen netratings, dati interni

# La strategia da prodotto a cliente unico



## BUSINESS MODEL Basato su Advertising

### **Sviluppo dell'audience**

Pagine Viste, navigazione free, video e multimedia  
sviluppo tempo speso sul sito

Monetizzazione traffico attraverso conversione  
acquisto prodotti venduti nella vetrina **e-commerce**

**leads**

**E-commerce**

Conversione potenziale cliente interessato a contenuti  
a valore aggiunto in utente pagante

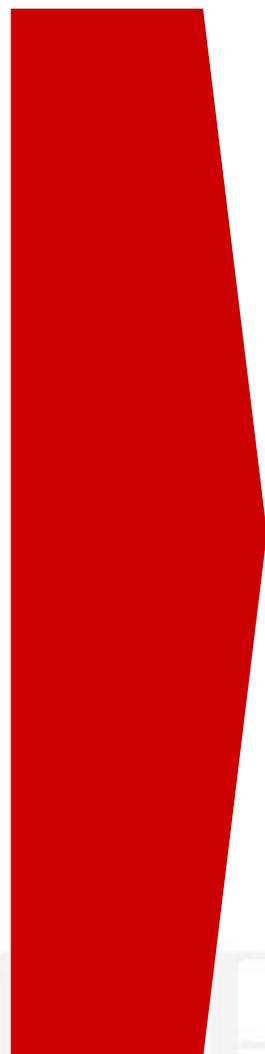
### **Contenuti a valore aggiunto abbonamenti**

Monetizzazione cliente attraverso vendita abbonamento e  
contenuti a valore aggiunto

**subscription**

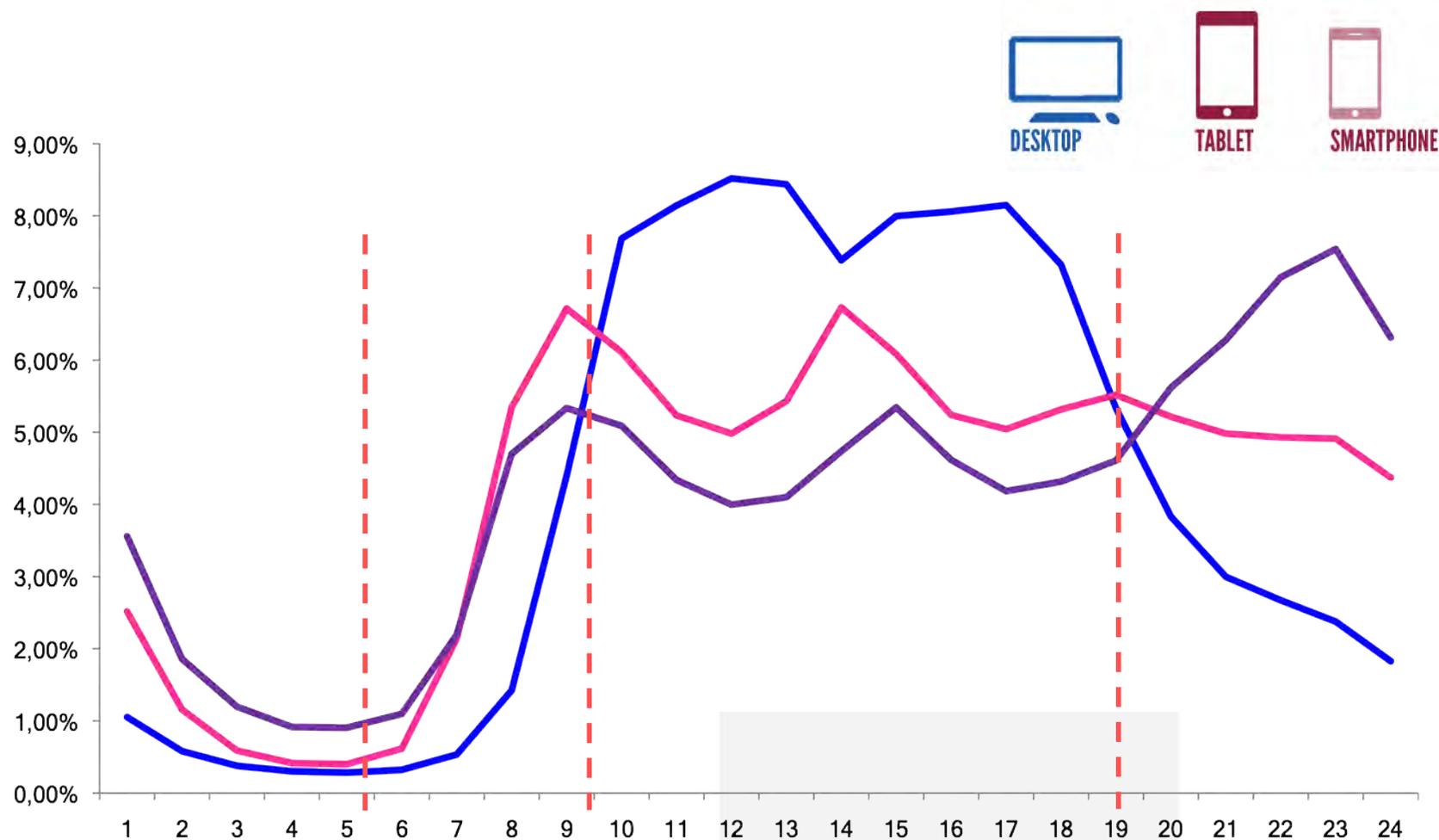
# La logica di integrazione di prodotti e servizi

**.com**



GRUPPO 24 ORE

## L'utente è multidevice, utilizza il device più comodo nell'arco della giornata



Composizione % oraria per il mezzo, sul totale sul totale traffico per mezzo, media 4 ultime settimane, fonte dati SiteCensus

# Strategia multicanale, sviluppo della relazione



1) **Contenuto+  
Evento+Servizio**  
per un target  
specifico  
multicanale  
online e off line



Consiglio Nazionale  
dei Dottori Commercialisti  
e degli Esperti Contabili

## Diretta Live

Copertura Live e relazione  
con le associazioni di  
categoria

Il Sole 24 ORE  
Copertura editoriale  
(dialogo con gli utenti)



## L'Evento

12 locations Sole 24 Ore  
60 locations con partner  
locali  
80 locations CNDEC



## Publicazioni dedicate



## Radio 24

Copertura radio e iniziative  
dedicate

RADIO 24

Ilsole24ore.com  
Minisito informativo che  
segue le fasi dell'evento,  
vendita pacchetto evento su  
singoli profili

Il Sole 24 ORE.com

Ricavi da Pubblicità,  
E-commerce e attività  
collaterali...

# Strategia multicanale, sviluppo della relazione



1) Content+  
Events+Services  
for vertical  
communities,  
online & offline



**Il Sole 24 ORE**  
Copertura editoriale



**One event**  
Startuppers hanno  
partecipato alla  
competizione

**Progetti per I clienti**



Ricavi pubblicitari,  
contenuti  
a pagamento  
e e-commerce...

**Publicazioni verticali**  
Instant book ( 5€, digital  
only)

**Ilsole24ore.com**  
Editorial coverage always  
on



**Education**  
Master e corsi per  
startuppers

**Il Sole 24 ORE.com**

Master Part Time  
**Start up dei progetti innovativi.**  
Avviare un progetto imprenditoriale  
con la guida degli Esperti del Sole  
24 ORE - Milano  
Milano, 08 ottobre 2012

# TOP APP – Il Sole 24 Ore

Da gennaio 2012 lancio dell'app cross device di sfoglio del quotidiano, attraverso una campagna di comunicazione multimediale

oltre 410.000 il numero delle applicazioni scaricate;

9.515.447 (browser unici (+61,1%))

137.731.608 (il numero di ilsole24ore.com +85,7%)

+257% pagine visitate su mobile

Anche questa volta hanno ragione i numeri.

Every morning from 7:00 AM

Multimedia content

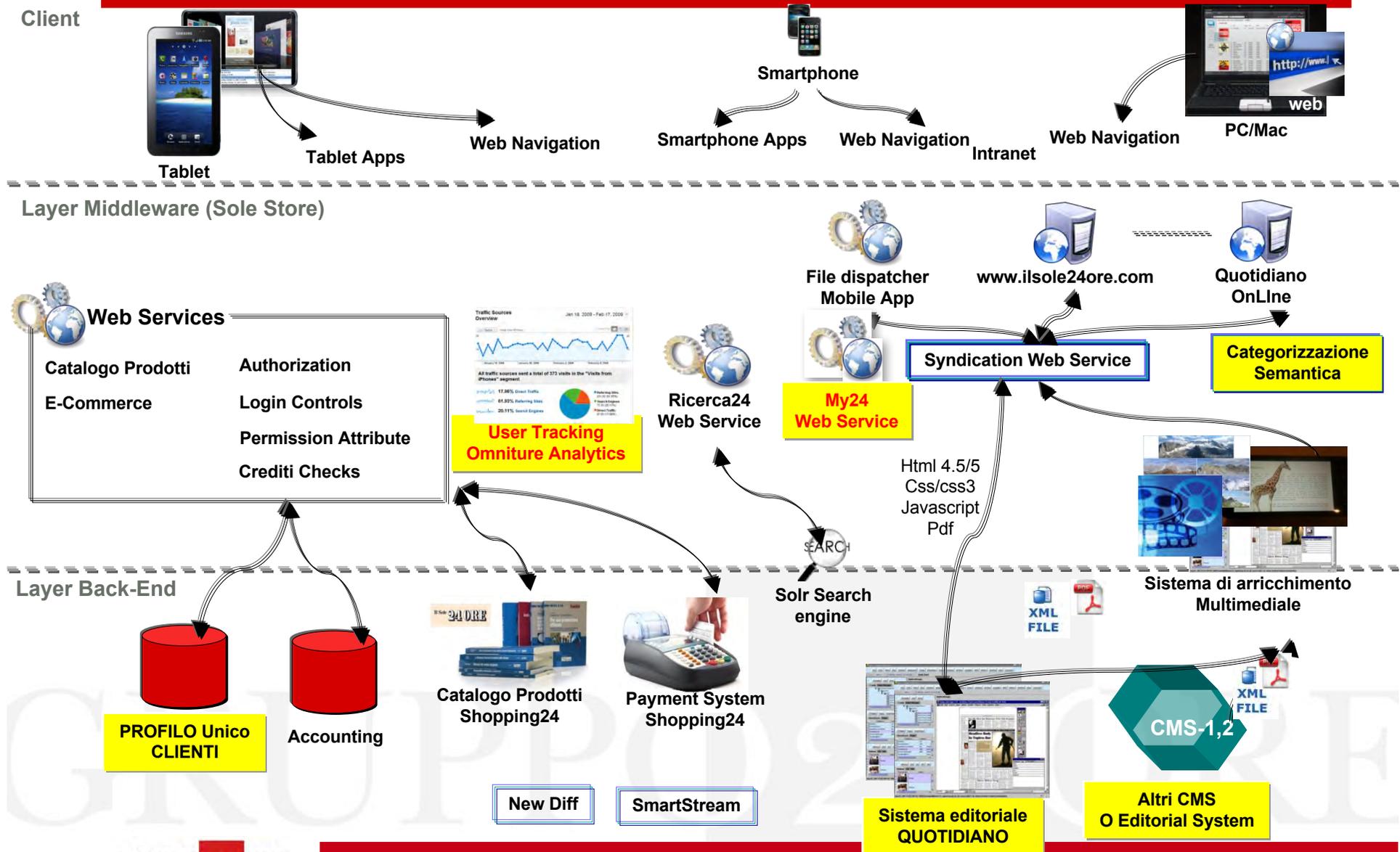
Social sharing

Cross device access

Fonti: Istat, Statista, StatCrea. Dal novembre 2011, la definizione di applicazione è stata ampliata.

# Da singolo prodotto... al cliente multidevice

## Architettura della soluzione





***Grazie per l'attenzione!***

***Karen Nahum***  
***Direttore Digital Publishing***  
***@Sole24ORE***

Twitter: @karennahum

karen.nahum@ilsole24ore.com

Linkedin

<http://www.linkedin.com/in/karennahum>

GRUPPO 24ORE