

# ENGAGE

CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

■ MEDIA

## **iLMeteo.it cresce a doppia cifra nel 2019 e prepara il restyling**

*L'a.d. Emanuele Colli: «Da un punto di vista pubblicitario l'obiettivo per il 2020 è replicare quanto fatto lo scorso anno, ma riducendo la pressione adv»*

---

di **Alessandra La Rosa** 23 gennaio 2020



Dopo aver chiuso il 2019 con una crescita a doppia cifra, riflesso della messa a punto di un'offerta pubblicitaria impattante ma rispettosa della user experience e di una forte componente dati, **iLMeteo.it apre il 2020 con nuovi ambiziosi obiettivi**. Un anno, quello che è appena cominciato, che vedrà il sito di previsioni meteo guidato dall'a.d. Emanuele Colli avviare un importante restyling, all'insegna di una fruizione di sito web, m-site e app più veloce, facile e intuitiva.

«La raccolta pubblicitaria sta andando bene – spiega Colli, intervistato da Engage – e **il 2019, iniziato lentamente, si è chiuso in modo positivo con una crescita “double digit”**. In un contesto dove il mercato degli investimenti pubblicitari secondo Nielsen chiude l'anno in negativo, con la componente digitale che segna un timido +3%, noi siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti lo scorso anno. Il grande lavoro sul prodotto ci ha consentito di offrire al mercato **nuovi formati pubblicitari impattanti ma rispettosi della “user experience”** che, insieme alla **componente “dati” già molto sviluppata**, sono piaciuti molto agli investitori pubblicitari. Stiamo andando incontro a un 2020 che da un punto di vista pubblicitario ha tutte le carte in regola per avere prospettive economiche e politiche migliori del 2019, che ci fanno sperare in un altro anno di crescita».

La raccolta pubblicitaria è gestita da **Manzoni**, che per iLMeteo.it è concessionaria per la vendita in Italia e all'estero degli spazi pubblicitari del sito desktop/mobile e dell'app.

Il 2020 è un anno particolarmente importante per la realtà digitale, che tra l'altro proprio quest'anno spegne 20 candeline. E Colli ha fissato ambiziosi obiettivi per i prossimi mesi: «Da un punto di vista pubblicitario l'obiettivo è replicare quanto fatto nel 2019 ma andando controtendenza e cioè **riducendo la pressione pubblicitaria** che oggi in alcuni siti è diventata davvero eccessiva a scapito della fruibilità – prosegue il manager -. Da un punto di vista di utenza, invece, vogliamo consolidare la nostra leadership nell'ambito meteorologico e digital: secondo Audiweb, infatti, a novembre 2019 con 4,4 milioni di utenti medi al giorno siamo il primo sito in Italia per traffico. L'obiettivo è fare ancora meglio lavorando sul prodotto e sull'autorevolezza. Stiamo affinando il nostro modello matematico per **offrire delle previsioni sempre più attendibili e puntuali** affiancate da uno **stile di comunicazione più efficace** rivolto al grande pubblico e agli appassionati della materia».

E tra i progetti su cui la società sta lavorando e che vedranno la luce quest'anno ce n'è anche un altro, ossia quello della **messa a punto di un nuovo look grafico per siti e app**. «In occasione del nostro 20esimo anno di attività faremo un restyling grafico del sito desktop, mobile e dell'app, rendendo la fruizione più veloce, facile e intuitiva. Da un punto di vista editoriale vogliamo diventare più autorevoli e stiamo lavorando costantemente nel migliorare la comunicazione cercando di rendere una materia complessa come la meteorologia alla portata del grande pubblico».

Intanto, iLMeteo.it ha recentemente siglato un [accordo con Sky](#), che vedrà il sito fornire i suoi dati meteorologici alla media company e ospitare il Fluid Content, tecnologia che permette di visualizzare via web i contenuti video di Sky e dei suoi partner. «L'accordo siglato con Sky prevede un'alleanza digital-tv. Noi mettiamo a disposizione la nostra expertise online e una fornitura completa di dati meteorologici alla redazione meteo di Sky TG24 per la realizzazione delle edizioni del meteo disponibili su Sky TG24, Sky Meteo24, TV8, Cielo e su tutte le piattaforme digital. Loro invece si occupano della realizzazione dei video meteo che vengono inseriti sul sito de iLMeteo.it grazie al Fluid Content di Sky, una tecnologia che permette di visualizzare via web i contenuti video di Sky. In questo modo è possibile seguire sul sito de iLMeteo.it tutti gli approfondimenti giornalistici sulla meteorologia e l'ambiente e le dirette sulle emergenze ambientali, in onda ogni giorno su Sky TG24 e Sky Meteo24. La pubblicità, all'interno di questo spazio co-branded, è gestita da Sky Media, la concessionaria pubblicitaria di Sky».