



## Media Partnership: iLMeteo.it diventa il nuovo provider del Corriere della Sera

Gli esperti del sito realizzeranno per il quotidiano la rubrica settimanale "iLMeteo weekend" e lo stesso provider diventerà partner ufficiale di una newsletter incentrata sui temi del clima e dell'ambiente, realizzata dalla redazione online della testata

Sigla la collaborazione tra iLMeteo.it e il Corriere della Sera: il primo provider meteo italiano diventa partner ufficiale del quotidiano RCS. Un servizio innovativo che comprende la gestione della sezione di meteorologia della versione cartacea e online del quotidiano, la fornitura a Corriere della Sera di dati meteo elaborati dallo staff del portale e la visibilità nella sezione news de iLMeteo.it di una selezione di contenuti di corriere.it. Gli esperti de iLMeteo.it realizzeranno per corriere.it la rubrica settimanale "iLMeteo weekend", dedicata proprio alle condizioni meteorologiche del fine settimana e il provider diventerà partner di una nuova newsletter incentrata su clima e ambiente, realizzata dalla redazione online di Corriere, erogata ai lettori del quotidiano con cadenza

settimanale. Infine, sul sito corriere.it saranno presentati i podcast realizzati da iLMeteo.it dedicati alle previsioni del tempo, mentre una selezione di articoli del quotidiano online saranno lanciati anche dal sito iLMeteo.it.

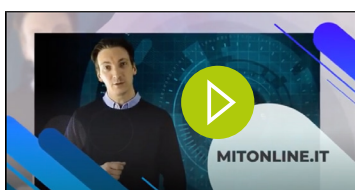
### AUTOREVOLEZZA E AFFIDABILITÀ PREMIATE ANCORA UNA VOLTA

"Una collaborazione che rappresenta un altro importante traguardo - commenta Emanuele Colli, Amministratore Delegato de iLMeteo.it -. Questa partnership, infatti, accresce e consolida il nostro network di relazioni editoriali, ma non solo. Essere i nuovi fornitori ufficiali del primo quotidiano di informazione italiano rafforza la nostra autorevolezza e affidabilità: non esisteva modo migliore per celebrare i no-



stri primi 20 anni di attività". Oggi, iLMeteo.it, con quasi 18 milioni di utenti unici in media al giorno (dati Audiweb, settimana 1-7 giugno) si conferma il primo portale italiano per le previsioni meteorologiche e la collaborazione con il Corriere della Sera sancisce questo primato.

## Mercato Mito sui canali digitali con la nuova piattaforma per l'orientamento agli studenti



Buoni i risultati raggiunti dalla campagna sui social media, realizzata da Octo\_Net per il lancio del sistema di orientamento e formazione. La seconda fase in partenza ora con una serie di attività verso le aziende

È partita a fine maggio la campagna di comunicazione digital per il lancio della piattaforma Mito, il sistema online di orientamento e formazione che il professor Giorgio Sangiorgi, docente di Psicologia delle Organizzazioni all'Università Mercatorum di Roma e inventore della piattaforma, e la società Selexi hanno messo gratuitamente a disposizione di scuole, università e studenti nella fase di emergenza dovuta al dilagare del Covid 19. Il lancio è stato sostenuto da una campagna realizzata dall'agenzia Octo\_Net e sviluppata

attraverso la promozione sui principali social network, la partecipazione all'evento Job Meeting 2020 e webinar più mirati all'orientamento.

### I RISULTATI DELLA PRIMA FASE

Il concept della creatività sui social media è stato definito pensando a due target differenti: da una parte, genitori e studenti e dall'altra insegnanti e orientatori. Nell'ambito della promozione di Mito verso gli studenti è stato realizzato un video per i canali Facebook. Dal report dei risultati raccolti fra il 28 maggio e il

10 giugno emerge un aumento di circa il 30% degli utenti della piattaforma provenienti dai social media, Facebook e Instagram. I digital media hanno consentito in questa fase di lancio di intercettare una significativa fetta di popolazione, pari a 126mila utenti. Dal punto di vista delle caratteristiche dei target, la campagna adv su Facebook ha dimostrato un maggior interesse da parte del pubblico femminile e di giovani fra 18 e 24 anni d'età (40%). Un altro aspetto interessante è l'efficacia di Instagram, dal quale è stato

generato più del 65% delle conversioni (rispetto al 34,8% di Facebook). Un risultato da collegare alla maggior presenza di studenti, target primario della campagna, su Instagram.

### VIA ALLE AZIENDE

Tra i progetti che saranno realizzati a breve, la distribuzione della piattaforma Mito alle aziende, quale nuovo e funzionale strumento utile in diversi processi di gestione del personale, dal recruiting all'assessment. In questo caso, la comunicazione si rivolgerà, anche attraverso un nuovo spot video per i canali digital, a una molteplicità di target che spazia dalle piccole e media imprese alle grandi organizzazioni, da chi gestisce i concorsi statali alle aziende di somministrazione e placement.