



LA VOCE

IL PRIMO QUOTIDIANO INDIPENDENTE ONLINE

v o c e d i t a l i a . i t



elimar
MULTIMEDIA
elimarmultimedia.it

LA VOCE

IL PRIMO QUOTIDIANO INDIPENDENTE ONLINE
voce.ditalia.it

La Voce d'Italia, unico quotidiano indipendente online del nostro Paese, fondato e diretto dal prof. Marco Marsili, è un giornale aperto alla voce e alla collaborazione dei lettori, alle loro iniziative individuali e di gruppo.

La Voce si ispira all'intramontabile lezione di Indro Montanelli, maestro di giornalismo e di onestà intellettuale, che dell'Italia ha colto il faticoso processo di crescita democratico, ha insegnato la libertà di pensiero e testimoniato il ruolo attivo dell'opinione pubblica nell'impegno politico e civile, ha combattuto l'illegalità e censurato il progressivo distanziamento della classe politica e dirigente dalla società civile.

E questa è la nostra missione, il nostro obiettivo.

You Tube

Crediamo fortemente che i processi di innovazione siano alla base dei progressi dell'Umanità, in ogni campo (arti, scienze, economia, politica).

Per questo, abbiamo costituito il primo gruppo italiano indipendente di informazione multicanale online, formato dal quotidiano *La Voce d'Italia*, inserito nel panel delle 250 fonti di informazione selezionate da Google News, e dalla sua Web Tv *TVoce*, i cui contenuti sono distribuiti anche sul canale della Voce su YouTube (youtube.com/voceitalia), uno tra i più visti a livello italiano e mondiale, sia nella classifica Report sia in quella Globale.

Nel mondo della comunicazione digitale *La Voce d'Italia* è un prodotto editoriale innovativo, un laboratorio di partecipazione e di formazione al corretto uso dei media, che mette a profitto le tecnologie digitali (la sua Web Tv *TVoce*) e gli strumenti dell'interattività, per creare un network del libero pensiero e di scambio di esperienze tra tutti coloro che si adoperano per costruire un'Italia dei cittadini, moderna e democratica.

Per queste caratteristiche *La Voce d'Italia* è il quotidiano dei "nuovi italiani" e cioè di tutti coloro che, insofferenti del presente e consapevoli della necessità di una profonda rottura con il passato, guardano alle sfide del futuro con ottimismo e senso di responsabilità.

Un futuro non remoto, e neppure virtuale, ma quello reale del nostro Paese la cui crescita, in quanto comunità aperta dal processo di internazionalizzazione del sapere, della cultura, della convivenza umana, è garantito dalla collaborazione, intesa come necessario e libero confronto per costruire l'identità e la solidarietà nazionale; dal piacere della legalità, che è il rispetto verso un progetto condiviso; dall'innovazione, e cioè il prodotto della creatività umana e della libertà delle idee.





La Voce è un quotidiano (iscr. Tribunale di Milano n. 215 del 28.3.2006) pubblicato e distribuito gratuitamente in Rete, ed è oggi riconosciuto come l'unica testata autorevole di informazione indipendente online.

La Voce d'Italia è rilevata dai principali motori di ricerca, ed è tra le fonti scelte da Google News (news.google.it), un paniere di 250 fonti di informazione accuratamente selezionate dal primo motore di ricerca al mondo, e da Google Alert.



I video della web tv TVoce sono indicizzati e rilevati da Google News e Google Videos, il motore di ricerca dei video di Google, che comprende anche il popolare social network di video sharing YouTube nel quale è attivo il canale youtube.com/voceditalia, realizzato in partnership, contenente i filmati di TVoce, già reperibili sul sito della Voce.

La Voce è presente anche su Facebook con la propria pagina.



Nel 2006 alla Voce si è affiancata una divisione video, che ha dato vita alla web tv TVoce, integrata nel sito Internet voceditalia.it.

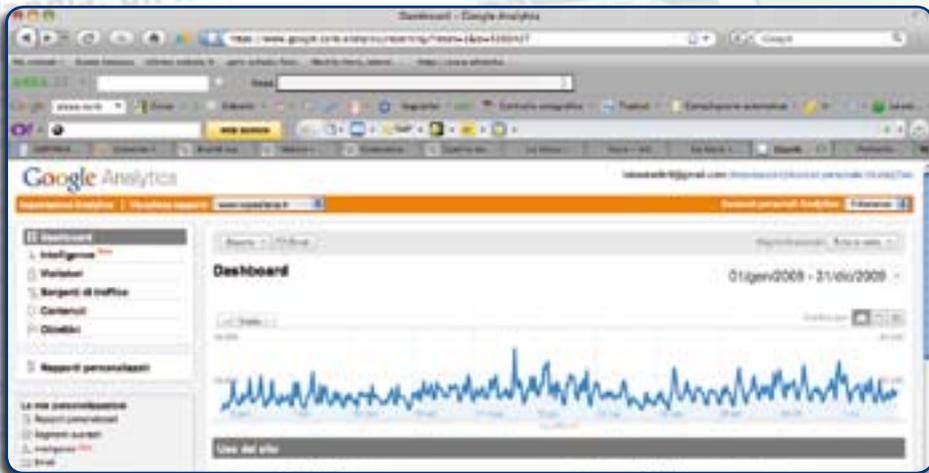
I video pubblicati da TVoce sono indicizzati e rilevati da Google News e Google Videos, e distribuiti anche su YouTube, nel quale è attivo il canale youtube.com/voceditalia, contenente i filmati di TVoce, già reperibili sul sito della Voce.

Il canale della Voce su YouTube - realizzato in partnership con il popolare social network di video sharing- risulta uno dei più visitati e con più iscritti in Italia (categoria Report e Globale).



Statistiche del sito *voceditalia.it*

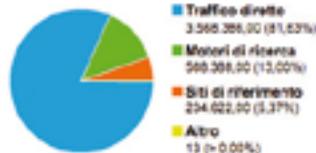
Nel 2009 **4 milioni 500 mila lettori** hanno letto **23 milioni di articoli** (una media di oltre 5 pagine per visita), certificando la leadership della Voce nel mercato della comunicazione e dell'informazione multimediale online.



L'82% dei lettori ha scelto direttamente la Voce come fonte di informazione, mentre solo il 13% del traffico è stato generato da motori di ricerca, ed il 5% da siti di riferimento.

Tutte le sorgenti di traffico hanno generato complessivamente **4.371.409** visite

81,63% Traffico diretto
5,37% Siti di riferimento
13,00% Motori di ricerca



Le proiezioni per il 2010, basate sulle statistiche di Google Analytics, prevedono un **incremento di 2 milioni di lettori** e del traffico diretto (+2%).



* dati Google Analytics

Google PageRank

La Voce d'Italia è tra i siti più visitati in Italia, e si è stabilmente piazzata nella fascia 5 (in una scala di dieci) del ranking di Google PageRank, il "cuore" del primo motore di ricerca al mondo che indicizza i siti Internet e ne rileva e certifica la link popularity.

Google PageRank si connette ai principali datacenter di Google ed effettua una query sui database del motore di ricerca, fornendo i valori del PageRank assegnati ad uno specifico URL nei vari server. Calcolando la loro media si ha un'indicazione del valore reale del Page Rank, o Real PageRank, che arrotondato fornisce una previsione sul valore del Page Rank futuro, o Future PageRank.



Alexa Rank

Nella rilevazione di Alexa Rank, il sistema di classificazione di Amazon.com, *la Voce d'Italia* risulta tra i primi 45 mila siti più visitati al mondo, e nei primi 900 in Italia.

Alexa analizza l'uso della rete Internet tramite l'Alexa Toolbar installato nei browser di milioni di utenti della Rete. Alexa Rank è un indice di valutazione dei siti web calcolato sulla base del loro traffico ed il numero di visitatori unici ricevuti negli ultimi tre mesi.

Questi dati forniscono importanti informazioni sull'andamento di un sito, confrontabile in modo diretto con altri siti simili o siti della concorrenza.

alexa.com/siteinfo/voceditalia.it.

YouRank

Secondo YouRank, società dell'Internet company Banzai deputata al censimento delle preferenze in Rete degli utenti nostrani, *La Voce* è tra i 100 siti più visitati in Italia, e tra i primi 10 fonti di informazione consultate online (al 1° posto tra i siti di news più fruiti) ordinati per la media delle pagine viste per lettore, e tra le prime 40 fonti online per Reach.

yourank.it/sito/voceditalia.it.



Struttura de *La Voce*

I contenuti

100 articoli al giorno
attività redazionale h. 24
più edizioni al giorno
8 redazioni (cronaca, politica, esteri,
spettacolo, sport, economia e finanza,
tecnoscienze e cultura)



La Voce è un quotidiano multimediale di Rete, strutturato in redazioni, che fanno riferimento ad un caporedattore coadiuvato da vicecaporedattori.

Ogni redazione è formata da redattori ordinari, caposervizi e collaboratori.

Al vertice della testata c'è il direttore responsabile prof. Marco Marsili, affiancato dal vicedirettore dott.ssa Anna Belardi e dal caporedattore centrale dott. Giuseppe Franco, con compiti di coordinamento tra le redazioni, i responsabili delle rubriche, gli inviati, i corrispondenti e la struttura della web tv TVoche, divisione video a capo della quale vi è il dott. Giampaolo Mannu, responsabile anche del canale della Voce su YouTube.

Un servizio desk intersettoriale garantisce aggiornamenti puntuali 24 ore su 24.

Oltre alle tradizionali redazioni, la Voce offre ai suoi lettori un'ampia scelta di giochi in flash, ed ospita svariate **rubriche** tematiche, **dossier specializzati**, in grado di specializzare l'informazione, e di aprire forum di dibattito e raccolta di consensi e proposte.

L'unicità della piattaforma editoriale multimediale permette di fornire contenuti in diversi formati (articoli, gallerie fotografiche e video), unendoli tra di loro, e soddisfacendo così le esigenze degli utenti dell'informazione in Rete.

L'interattività con i lettori che accedono al sito **voceditalia.it** è garantita, grazie alla possibilità di commentare in tempo in tempo reale gli articoli, costituendo così un importante feedback, anche per gli inserzionisti.



Il sistema editoriale della **Voce d'Italia** è uno dei più avanzati, in termini di contenuti e di tecnologia, conta anche sul sistema di indicizzazione delle notizie basato sul sistema **Feed RSS 2.0**, che consente agli utenti di essere informati direttamente in tempo reale, ricevendo tutte le news (anche video e audio in podcast) pubblicate sull'argomento di interesse, personalizzando così il servizio e automatizzandolo nel contempo.

Il team

350 redattori
20 corrispondenti dall'estero
10 videomaker

Tramite il servizio **AddThis**, i lettori hanno anche la possibilità di segnalare automaticamente gli articoli o i video via email o tramite i principali social media (**Facebook, Twitter, MySpace, YouTube, Google, Yahoo!, Messenger**, ecc.).



Il sito **voceditalia.it** è ottimizzato secondo le specifiche del **World Wide Web Consortium (W3C)**, che sviluppa tecnologie che garantiscono l'interoperabilità (specifiche, guidelines, software e applicazioni) per guidare Internet fino al massimo del suo potenziale. Il sito voceditalia.it



risponde ai requisiti di accessibilità (interfaccia e contenuto) stabiliti dal W3C, permettendo l'accesso alle informazioni anche a persone con disabilità fisiche di diverso tipo, e a chi dispone di strumenti hardware e software limitati.



Audience online

Nel 2009 il 64,6% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni, 30,863 milioni di italiani, ha dichiarato di avere un accesso a Internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e attraverso qualsiasi strumento, con un incremento del 10,4% rispetto al 2008 pari a 2,9 milioni di individui in più*.



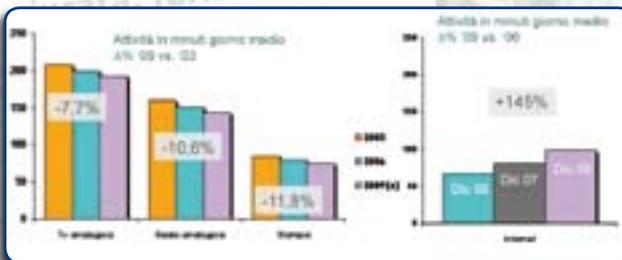
Sono 10,8 milioni le famiglie con accesso a Internet da casa tramite qualsiasi device, ovvero il 51,9% delle famiglie italiane (+13,6% rispetto al 2008). Si conferma una crescente diffusione di Internet in Italia, con una distribuzione abbastanza simile sul territorio.

L'accesso a Internet da qualsiasi luogo e strumento è disponibile per il 68,2% degli uomini e il 61,2% delle donne, in particolare tra i giovani di 11-17 anni (82,7%), 18-34 anni (78,9%) e tra i 35 e i 54 anni

(71,9%). Gran parte degli Italiani con accesso alla Rete risponde a un profilo medio-alto: imprenditori e liberi professionisti (93,7%), dirigenti, quadri e docenti universitari (92,1%), impiegati e insegnanti (91%), laureati (93,2%) e, più di tutti, gli studenti universitari (98,5% dei casi).

Dall'analisi sulle motivazioni relative all'uso di Internet, emerge che la Rete rappresenta soprattutto una fonte di conoscenza, uno strumento che semplifica e velocizza attività di lavoro, studio o relative a pratiche di vario tipo e attraverso cui gestire le proprie relazioni e divertirsi nel tempo libero. Ci si collega alla Rete perché è possibile trovare qualsiasi tipo di informazione (47,2%), accedere velocemente ai servizi pubblici e privati a distanza (29,5%), trovare cose disponibili solo sul Web (26,2%), essere informati in tempo reale su notizie di cronaca (20,8%), mettersi in contatto con molte persone in qualsiasi parte del mondo (20,2%).

L'impiego di Internet tra gli italiani è passato dal 45,3% del 2007 al 47% della popolazione nel 2009 (fonte: 8° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione). Quando ormai il web è diventato familiare per l'80,7% dei giovani e il 67,2% delle persone più istruite, il dato complessivo potrà aumentare solo di poco nel breve periodo.



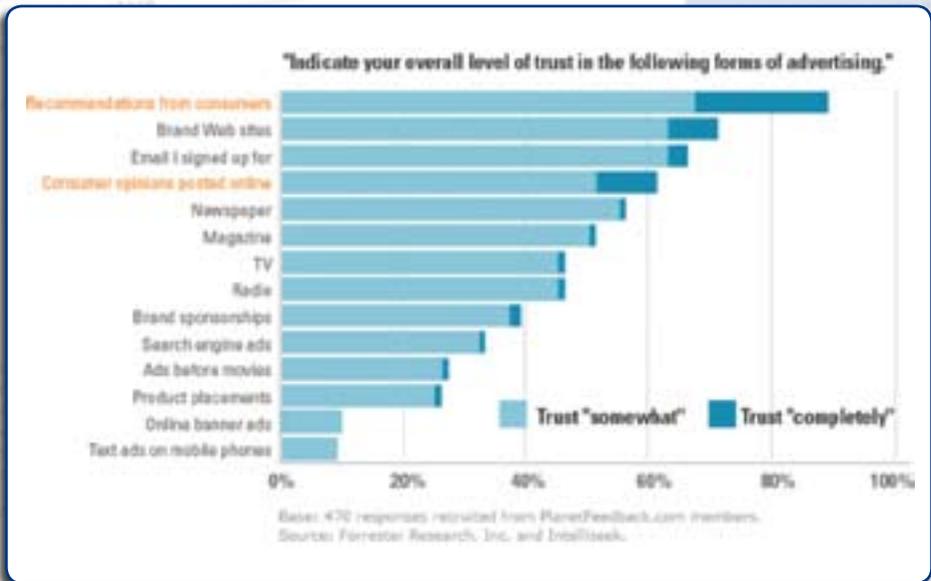
* Fonte: Audiweb - Doxa

L'informazione online

Cresce l'informazione online, crollo della carta stampata: è quanto emerge dall'8° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione. Dal 2001 ad oggi, gli utenti di Internet sono aumentati del 26,9, ma i dati sono stupefacenti anche solo paragonati al Rapporto precedente, quello del 2007. I dati certificano l'autorevolezza della Rete come fonte di informazione.

L'utenza abituale del quotidiano cartaceo, cioè chi lo legge almeno tre volte la settimana, passa dal 51,1% del 2007 al 34,5% del 2009. Se si pensa che in questa quota sono compresi anche i quotidiani sportivi, si può capire quanto la crisi abbia reso ancora più marginale il ruolo della carta stampata nel processo di formazione dell'opinione pubblica nel nostro Paese.

La flessione non è neanche compensata dall'aumento della diffusione della free press, che rimane pressoché stabile (l'utenza passa dal 34,7% al 35,7%).



Ad aumentare negli ultimi anni l'estraneità ai mezzi a stampa, e in misura rilevante, sono stati i giovani (+10%), gli uomini (+9,9%) e i più istruiti (+8,2%), cioè i soggetti da sempre ritenuti il traino della modernizzazione del Paese.

Per la prima volta il tempo dedicato ad Internet ha superato, anche in Italia, quello passato sedendo davanti alla Tv. L'utilizzo della Rete e l'abitudine alla navigazione non riguarda però solo i più giovani, ma coinvolge tutti i gruppi demografici. Il nuovo media guadagna posizione sulla "vecchia" televisione soprattutto grazie alla banda larga e anche per la possibilità di accedere alla web Tv.

Il mercato pubblicitario online

Dati: Osservatorio Fcp-Assointernet, IAB Italia-Nielsen Media Research

A fronte di un calo degli investimenti pubblicitari che nel 2009 ammontano a 8.515 milioni, con una flessione del -13,4% rispetto all'anno precedente, la web advertising registra una crescita pari al 5,1%.

Nel 2009 la pubblicità online in Italia è stata l'unica ad essere cresciuta in modo rilevante (+5,1%), passando da 452 milioni a 585 milioni di euro, con un aumento di share conseguente dal 5% al 6,8%.

I dati sulla pubblicità online, mostrano che dal 2004 al 2009 il peso degli investimenti su Internet in Italia è cresciuto del 70%. Nel 2005 la quota della raccolta pubblicitaria online rappresentava circa il 4% (103 milioni di euro) della pubblicità sulla stampa, percentuale che è si è attestata a poco più del 6% nel 2006 (480 milioni di euro).

Nel 2007 gli investimenti in pubblicità digitale in Italia avevano raggiunto la cifra di 660 milioni di euro (+41%), e nel 2008, nonostante il calo di investimenti pubblicitari (8.587 milioni di euro, -13,4% sull'anno precedente) Internet era comunque cresciuto del 13,9% (321 milioni di euro).

Al contrario, la carta stampata dal 2002 al 2009 ha progressivamente ridotto il suo peso sul totale della raccolta pubblicitaria (-17,1%) passando dal 38,7% al 21,6%.



Format pubblicitari

I format pubblicitari usualmente utilizzati sulla Voce - e consigliati - sono armonizzabili con il layout grafico ed il contenuto informativo del sito voceditalia.it.

Tutte le soluzioni standard proposte sono integrabili tra di loro in un'unica soluzione multimediale (banner + video + redazionali con link e gallerie di immagini).

Banner - I banner sono forniti dal committente, e puntano a link esterni indicati dal committente stesso all'atto dell'ordine.

Formati standard ufficiali in pixel degli annunci pubblicitari utilizzati in Internet stabiliti dallo IAB - Interactive Advertising Bureau (iab.net) e da Google AdSense:

- *Rettangolo top* 250 x 300 posizionato nella colonna centrale, subito sotto la testata
- *Rettangolo down* 250 x 300 posizionato nella terza colonna di destra, subito sotto la finestra della web tv TVoCe
- *Pop-up quadrato* 250 x 250
- *Rettangolo 3:1* - 300 x 100 posizionato all'interno delle news nella colonna centrale
- *Pop-under* - 720 x 300
- *Banner verticale* - 120 x 240
- *Maxi leaderboard* - 728 x 90 posizionato in alto a destra della testata
- *Mini leaderboard* - 470 x 60 posizionato in alto a destra della testata, dopo il Maxi leaderboard)
- *Wide Skyscraper* 160 x 600 posizionato a destra dopo la terza colonna - banner mobile che segue lo spostamento del lettore
- *Skyscraper* 120 x 600 posizionato nella terza colonna
- *Annuncio a mezza pagina* 300 x 600 nella colonna centrale
- *Banner* 300x250 sul canale della Voce su YouTube (youtube.com/voceditalia)

Altri formati disponibili sono i seguenti: Large rectangle 336x280 - Small rectangle 180x150 - Small square 200x200 - Square 250x250 - Banner 468x90 - Half banner 234x60 - Button 125x125

Video - Pubblicazione del video nella web tv della Voce (TVoCe) formato top rectangle 250 x 300, in alto, subito sotto la testata, nella terza colonna, e sul canale della Voce su YouTube (youtube.com/voceditalia).

Il video può essere fornito dall'inserzionista o venire realizzato dalla divisione video di Elimar/TVoCe.



728x90

468x60

LA VOCE

Home | Notizie | Cronaca | Sport | Economia | Personalità | Spettacolo | Cultura | Libri

Cile: nuova forte sisma, magnitudo 7.3 Richter

Un terremoto di forte intensità si è verificato in Cile venerdì 27 agosto, con una magnitudo di 7,3 Richter. L'epicentro è stato localizzato a circa 100 km al sud della capitale Santiago.

Il sisma è stato avvertito in tutto il paese e ha causato danni a edifici e infrastrutture. Non ci sono stati rapporti di feriti o danni significativi.



Regione Lazio contro il decreto salva-liste

Il governo punta di "legittimare" le liste elettorali del centro-destra. La Regione Lazio ha chiesto il rinvio del decreto, ritenendo che il governo stia cercando di aggirare la volontà della classe politica.

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



Berlusconi ci ha fatto bloccato le liste

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato il governo di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



Berlusconi darà la colpa ai Radicali e ai giudici

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato i Radicali e i giudici di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.

Aggressione Berlusconi: Tartaglia chiede il rito abbreviato

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato Tartaglia di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



Bce: processo di risanamento entro 2011

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato la Bce di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



Il legittimo impedimento approvato al Senato

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato il Senato di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



Operazione antidroga "Al Hasad", 92 arresti

Il governo ha chiesto il rinvio del decreto che prevede il blocco delle liste elettorali. Berlusconi ha accusato la polizia di aver tentato di "salva-liste".

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Cosentino, ha criticato il decreto, sostenendo che è un tentativo di "salva-liste" che favorisce il centro-destra.



300x250

Articolo di 1000 parole.



La Roma aggredisce il giornalista Marco Carlini

Un video mostra il giornalista Marco Carlini aggredito da un gruppo di persone.

1200x600

Articolo di 2000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

1200x600

Articolo di 2000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

1200x600

Articolo di 2000 parole.

300x90

Articolo di 500 parole.



1200x240

Articolo di 2000 parole.

300x90

Articolo di 500 parole.

300x90

Articolo di 500 parole.

1200x240

Articolo di 2000 parole.

300x154

Articolo di 500 parole.

300x154

Articolo di 500 parole.

1200x240

Articolo di 2000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

1200x240

Articolo di 2000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

1200x240

Articolo di 2000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

300x250

Articolo di 1000 parole.

1200x240

Articolo di 2000 parole.

Ticker - Uno dei servizi innovativi, che La Voce mette gratuitamente a disposizione di altri siti e portali, è il ticker, una striscia informativa che permette la visualizzazione delle ultime 10 headlights (titoli) pubblicate sul giornale.

L'undicesima notizia può essere un titolo "redazionale" sponsorizzato da un'azienda, ovvero un claim a colori o un microbanner, anche in formato flash, dimensioni 125x20 o 150x20 pixel, collegato ad un link (sito esterno, video, redazionale, banner, articolo, ecc.).

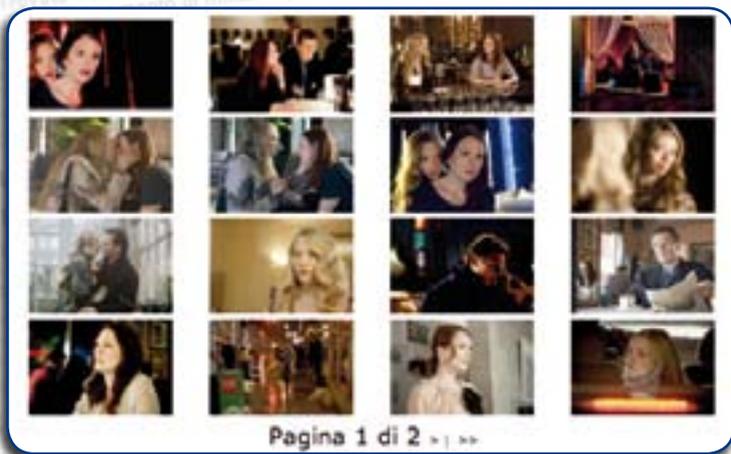
Attualmente il ticker viene visualizzato circa 500 mila volte nell'arco di 30 giorni (intervallo temporale statisticamente considerato). Il vantaggio del ticker consiste nella visualizzazione, oltre che sulla Voce, sui siti del network che lo utilizzano (attualmente circa 150).



Redazionali - Pubblicazione di articoli aventi caratteri informativo-pubblicitario sull'attività dell'inserzionista, forniti dal committente o realizzati a cura della redazione della Voce.

Link - Inserimento, all'interno di uno o più articoli, di link attivi che rimandano alla homepage del sito Internet dell'inserzionista o ad una specifica pagina o altro contenuto (banner, video, galleria di immagini, ecc.).

Fotogallery - Pubblicazione di una galleria di immagini fornite dall'inserzionista o realizzate dalla redazione della Voce.



LA VOCE

IL PRIMO QUOTIDIANO INDIPENDENTE ONLINE

v o c e d i t a l i a . i t

Il 1° quotidiano
indipendente online

Ogni giorno
news e video
a portata di click



via Volterra 9
20146 Milano (MI), Italy

Tel. 0239620017 - fax 0270030075
redazione@voceditalia.it

Con 1.000 euro
di investimento
pubblicitario puoi
essere visibile:



1 giorno sul quotidiano
1 settimana in radio

per sempre su voceditalia.it



**e la tua attività è sotto gli occhi
di 32 milioni di persone!**

Contatti

Direzione commerciale e concessionaria pubblicitaria:
Elimar Srl (elimarmultimedia.it)
Tel. 0239620017 / 0287156229 - fax 0270030075 - advertising@voceditalia.it

Redazione Voce d'Italia e TVoce:
via Volterra 9, 20146 Milano (MI)
Tel. 0239620017 / 0287156229 - fax 0270030075 - redazione@voceditalia.it