

Inserzioni. Un mercato online da 400 milioni di euro

Seat Pagine Gialle punta agli annunci via internet

Luca Veronese

MILANO

Inserzioni locali, annunci di chi vende o cerca. Case, auto, moto, vacanze. Su internet, presi tutti assieme, questi messaggi possono valere anche più di 400 milioni di euro all'anno, come stima Seat Pagine Gialle, che ha deciso di entrare in questa grande bacheca telematica con un prodotto specifico. Un'iniziativa che — conside-

VENDITE E ACQUISTI

Oggi il business si basa soprattutto sui giornali locali e sulle aste di eBay. Sul web si attendono le mosse di Google e Yahoo

rate le dimensioni del gruppo guidato da Luca Majocchi — potrebbe dare slancio a un mercato che oggi è soprattutto di carta e locale (con pubblicazioni come Secondamano a Milano e PortaPortese a Roma). Che su internet (al di là delle iniziative locali) sta aspettando le mosse di colossi come Google o Yahoo. E che è presidiato soltanto in parte da eBay il cui business, basato sulle aste, è solo contiguo a quello delle inserzioni a pagamento. «Il lancio di Pagine Gialle Annunci — spiega Paolo Cellini, direttore della divisione internet di Seat Pagine Gialle — è innovativo per almeno quattro motivi: i contenuti saranno forniti direttamente dal pubblico; il

prodotto va direttamente sulla rete; la piattaforma è la prima nel settore con diffusione nazionale; e presto utilizzerà le funzioni visual di geo-referenziazione». Le inserzioni sul sito www.annunci.paginegialle.it sono organizzate in tre categorie: automotive; immobiliare; compro e vendo. Ma è facile prevedere l'allargamento a comparti come la prenotazione alberghiera e la ricerca di lavoro.

«Soprattutto per gli annunci immobiliari la funzione visual assume particolare importanza — aggiunge Cellini —. Gli utenti potranno ricercare e visualizzare i risultati delle proprie ricerche direttamente sulle foto ad altissima risoluzione di tutte le località italiane. Avranno la possibilità di vedere la zona prescelta valutando l'immobile nella sua forma reale e visitando virtualmente i dintorni sino a passeggiare per le vie circostanti. Pagine Gialle Annunci si inserisce nello sviluppo di visual per il quale Seat ha già investito 23 milioni di euro e altrettanti ne investirà nel breve periodo». Sul sito sono già online circa 100 mila annunci: «Abbiamo fatto accordi con i maggiori player italiani dei rispettivi settori di riferimento — continua Cellini —: Autoscout24, Moto.it, Bakeca.it ed Experian; Casaclick (di Pirelli RE) e Immobiliante; Asteimmobili.it e PortaLeaste.it, Asnodim».

Ma chi paga? «I piccoli annunci dei privati saranno gratuiti — dice Cellini —; faremo pagare le inserzioni più complesse (con un

video per esempio); e alle aziende potremo vendere pacchetti di inserzioni». Seat — che dovrebbe chiudere l'esercizio 2006 con un fatturato vicino a 1,5 miliardi di euro (erano 1,4 nel 2005), può contare su un database di 20 milioni di famiglie e 3 milioni di operatori professionali. Distribuisce ogni anno 59,5 milioni di directory cartacee; riceve 18,5 milioni di chiamate directory assistance. E su internet sono 270 milioni le visite fatte da utenti sui vari portali Pagine Gialle, Pagine Bianche o Tuttocittà.

BACHECHE VIRTUALI

400 milioni

Inserzioni online

È il valore del mercato di annunci su internet come risulta da una stima Seat Pagine Gialle

23 milioni

Investimento Seat su visual

Sullo sviluppo del progetto visual (mappe, immagini e tour virtuali delle città italiane) Seat investirà altrettanti milioni nei prossimi anni

270 milioni

Le visite sui portali Seat

È il volume generato su internet ogni anno dai siti di Pagine Gialle, Pagine Bianche e Tuttocittà