



## **Criteo Italia partner di NTV Italo Treno per l'ottimizzazione delle campagne pubblicitarie**

- *Grazie alle campagne performance di Criteo, il numero di biglietti venduti online ha registrato un incremento del 15% con un ROI del 600%*

Milano, 17 dicembre 2014 - [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance advertising, annuncia la partnership con Nuovo Trasporto Viaggiatori (NTV), il primo operatore privato italiano sulla rete ferroviaria ad Alta Velocità.

Con il treno Italo, a partire dall'avvio del nuovo orario invernale, NTV effettua 50 viaggi giornalieri tra 14 stazioni di 10 città. In occasione dell'Expo 2015 si aggiunge anche la fermata a Fiera Rho.

Italo offre ai suoi viaggiatori un nuovo stile dell'accoglienza e un nuovo modo di viaggiare con i suoi quattro ambienti: Club, vero salotto esclusivo, riservato ai viaggiatori più esigenti, Prima, Smart e la nuova Smart XL, che unisce la convenienza del viaggio in Smart alla grande comodità e allo spazio della Prima. Rientra in questa moderna concezione del viaggio anche l'acquisto dei biglietti, disponibili tramite diversi canali di vendita: il sito web [italotreno.it](#), la nuova "app" Italo treno, il Contact Center Pronto Italo (06.07.08), le agenzie di viaggio convenzionate e le biglietterie di Casa Italo in tutte le stazioni servite dal treno NTV.

Più del 56% dei biglietti di Italo vengono venduti attraverso il sito internet, quota che raggiunge il 59% grazie all'applicazione mobile. Si può quindi parlare di un servizio online "per definizione".

Per ottimizzare e affinare la vendita tramite i canali digitali, NTV si è affidata a Criteo fin dai tempi della nascita del servizio. Criteo è stata scelta per la realizzazione di campagne pubblicitarie partendo da un sistema di performance display che si è evoluto nel tempo, arrivando ad includere il monitoraggio in tempo reale dei costi dei biglietti. Prima di avere questo servizio di tracciamento online, si raggiungeva una quota del 400% in termini di ROI, anche se il budget investito era inferiore. Dopo aver inserito il monitoraggio puntuale sul sito internet, si è raggiunto un ROI del 600%, oltre a un incremento del 15% in termini di volume di biglietti venduti.

Una volta che la funzionalità di Criteo è stata arricchita, si è deciso di aggiungere un nuovo tassello alle campagne, grazie allo sviluppo di banner specificatamente pensati per il mercato mobile. NTV Italo stava già lavorando con gli asset digitali per il mercato mobile e l'opportunità offerta da Criteo ha permesso all'azienda di essere operativa in brevissimo tempo. La prima campagna su mobile in Italia è stata lanciata nel mese di Gennaio 2014.

"Internet e il mobile sono diventati degli asset fondamentali quando si tratta di offrire una consumer experience completa e innovativa", dichiara Tobia Omero, Managing Director Europa del Sud di Criteo. "Essendo NTV un'azienda mobile per definizione, abbiamo creato delle campagne che potessero aumentare il numero di biglietti venduti tramite un'esperienza omni-channel. L'importanza

dell'innovazione di Criteo per NTV è avvalorata dall'incremento del 15% nelle vendite dei biglietti online e i numeri rappresentano sempre il KPI più importante per un'azienda".

“Un'azienda giovane come NTV non poteva che essere sin dalla nascita “nativa digitale”, spiega Fabrizio Bona, direttore commerciale dell'azienda ferroviaria. “Il mobile è la nostra colonna vertebrale, l'impalcatura strategica sulla quale poggiano gran parte delle vendite. La collaborazione con Criteo è la conseguenza spontanea di questa impostazione, che siamo certi, ha ancora davanti a sé un grandissimo futuro e nuove applicazioni”.

###

#### **A proposito di Criteo**

Criteo realizza campagne personalizzate di performance advertising su scala globale. La società misura il ritorno sulle vendite post-clic, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega oltre 1.000 dipendenti presso le proprie sedi negli Stati Uniti, in Europa e in Asia e fornisce i propri servizi a oltre 6.000 inserzionisti in più di 50 Paesi. Attiva su tutte le principali piattaforme di Real Time Bidding, Criteo collabora anche direttamente con più di 8.000 editori nel mondo. Per ulteriori informazioni, visitare il sito [www.criteo.com](http://www.criteo.com).

#### **Contatti per la stampa**

Raffaella Gerli - Elena Rigamonti

ROCK communications

Tel. 02 36693300 – 335 6417845

[raffaella.gerli@rock-communications.it](mailto:raffaella.gerli@rock-communications.it);

[elena.rigamonti@rock-communications.it](mailto:elena.rigamonti@rock-communications.it)

**NUOVO TRASPORTO VIAGGIATORI SPA** – NUOVO TRASPORTO VIAGGIATORI SPA è il primo operatore privato italiano sull'Alta Velocità con il treno Italo. Con il nuovo orario invernale in vigore a partire dal 14 dicembre 2014, effettua 50 viaggi giornalieri tra 14 stazioni di 10 città: Salerno, Napoli, Roma Termini, Roma Ostiense, Roma Tiburtina, Firenze, Bologna, Reggio Emilia, Milano Rogoredo, Milano Garibaldi, Torino, Padova, Venezia Mestre, Venezia Santa Lucia (e in occasione dell'Expo 2015 si aggiunge anche la fermata a Fiera Rho). Per acquistare i biglietti di Italo, sono disponibili i consueti canali di vendita di Ntv: il sito web [italotreno.it](http://italotreno.it), la nuova “app” Italo treno, il Contact Center Pronto Italo (06.07.08), le agenzie di viaggio convenzionate e le biglietterie di Casa Italo in tutte le stazioni servite dal treno Ntv.

Contatti: tel. 06.422991

[ufficiostampa@ntvspa.it](mailto:ufficiostampa@ntvspa.it)