

# Semplicemente.it si rafforza

Il sito offre notizie, approfondimenti, prodotti e servizi su temi che spaziano dalla finanza ai viaggi

**G**emina entra nel business to consumer con **www.semplicemente.it**. Con un investimento pari a 1,5 milioni di euro, Gemina ha acquisito il 70% di Semplicemente e compiuto l'ingresso nel mondo dei servizi Internet. Il restante 30% appartiene all'ideatore Gian Luca Donato.

«È il primo investimento, collocato in uno spazio mirato, ma ne seguiranno altri, al momento stiamo valutando tre progetti sempre nel segmento servizi — ha precisato Vittorio Corrà, direttore acquisizione e sviluppo partecipazioni Gemina —. L'operazione si inserisce a pieno titolo nel contesto della politica di acquisizioni e di diversificazione del portafoglio partecipazioni iniziata nel 1999 focalizzata sia all'acquisizione di quote significative di società patrimonialmente solide e

interessanti in termini di ritorno economico, sia su aziende di dimensioni medio/piccole operanti nel settore dei servizi e dotate di buone prospettive di sviluppo. Con Semplicemente.it contiamo di rientrare nelle spese in 24 mesi, grazie alla pubblicità e alla vendita di servizi ad altri portali; ma l'aspetto più interessante è

determinato dalle informazioni che raccoglieremo dagli utenti registrati e che saranno parte integrante del nostro business. Un punto di forza sono partner di peso come Azzurra del gruppo Sai, Commerzbank

asset management Italia e Holding italiana turismo».

Per far conoscere il portale è prevista una campagna stampa da gennaio ad aprile e l'utilizzo di strumenti di comunicazione online come i banner e la pubblicità via e-mail con un primo impe-



gno di spesa stimato in 750 milioni di lire.

**Utenti target.** Semplicemente.it si rivolge a un target maturo ed evoluto (stimato dalle società di ricerca in 500mila persone) proponendo notizie, approfondimenti, prodotti e iniziative: un vortice con contenuti orizzontali.

Gli argomenti sono divisi per temi (cultura, benessere, viaggi, finanza, svago, gastronomia, previdenza, tecnologia e sport) facilmente raggiungibile grazie a un layout compatto ed essenziale.

«La mission del portale consiste nel ridurre le distan-

za tra la realtà, le richieste dell'utente e le migliori risorse disponibili in Rete, dando al singolo la possibilità di essere allo stesso tempo protagonista e fruitore di informazioni — ha spiegato Gian Luca Donato amministratore delegato di Semplicemente —. Vogliamo essere una "rete che esce dalla rete" aggregando una comunità virtuale, formata da 30/40mila utenti registrati e profilati che possa riconoscersi in esigenze e stili di vita comune. La navigazione nel portale è libera, la registrazione è necessaria solo per accedere ai servizi, gio-

care o sperimentare i test. Parallelamente all'offerta online, il portale intende farsi promotore di eventi sul territorio che trasferiscano nel reale la realtà virtuale».

**Partner.** Contrariamente a molti portali, Semplicemente.it non vende, la commercializzazione di prodotti e servizi viene lasciata ai partner che propongono servizi studiati ad hoc per gli utenti del portale. Oltre a Hit (viaggi), Commerzbank asset management (finanza) e Azzurra (previdenza), Semplicemente.it può contare su partner quali Internet bookshop Italia (cultura), Benessere.com (salute), DcFlash.com (svago), Peck e Slow food (gastronomia).

Il portale ha predisposto inoltre un servizio di customer care online e telefonico attivo 6 giorni su 7 dalle 9 alle 23, concepito per facilitare la fruizione dei servizi offerti. La struttura è attrezzata per gestire varie tipologie d'interazione con l'utente: telefonate in entrata e chiamate al cliente, Webcall, Webchat, fax e lettere. Inoltre è

attivo 24 ore su 24 un servizio help desk via e-mail. Tra i servizi vi è anche RassegnaWeb, un motore di ricerca orientato alle news che trova le informazioni più recenti nei siti più importanti e le invia al richiedente tramite e-mail.

**Outsourcing.** Il team è snello: complessivamente nella sede di Semplicemente.it, situata nel centro storico di Roma, lavorano 15 persone. Molte funzioni sono affidate in outsourcing a società di consulenza e servizi: After cura gli aspetti progettuali della grafica e della realizzazione Web del portale; Eta Meta segue tutta la comunicazione online; Ops gestisce il call center, il Web center e i servizi di customer service; Yoda cura le strategie di gestione dei rapporti con i clienti e il database marketing; Santilli e associati segue la consulenza legale e amministrativa; Aida cura gli aspetti della comunicazione offline; Click.it ha gestito la pianificazione pubblicitaria.

**MARINELLA ZETTI**

*Tra i punti di forza la presenza di partner di peso*