

PROJECT 2009 / 2010



Time To Lose srl “è”:

- E – Business
- Ideazione realizzazione e gestione siti web
- Servizi di ufficio stampa e di pubbliche relazioni
- Servizi per l'immagine pubblicitaria commerciale e turistica

Time To Lose • It's party time



www.time-to-lose.it, probabilmente il **sito di riferimento** trevigiano grazie a:
Forte presenza attiva c/o eventi, manifestazioni, spettacoli, fiere, etc.

Costante aggiornamento delle informazioni pubblicate on-line.

Collaborazioni e partnership di valore.

www.time-to-lose.it si presenta come un photo/urban-blog.

Più precisamente pubblica una **agenda di eventi ed appuntamenti** a carattere artistico, culturale, enogastronomico, di spettacolo ed intrattenimento, oltre ad un **ricco calendario di informazioni**, reportages, interviste, redazionali e news per la promozione di eventi nella provincia di Treviso.

Time To Lose vanta una ricchissima agenda di iscritti destinatari del servizio di Newsletter.

Places... i migliori locali dove; •Mangiare •Bere •Dormire •Ballare

Il portale è mirato alla **valorizzazione** e promozione dei **servizi alberghieri e della ristorazione** di qualità presenti nel territorio della Marca Trevigiana.

Conta centinaia di locali inseriti in un'archivio dinamico ed in costante aggiornamento selezionati nel territorio della **città** e della **provincia di Treviso**.

Il motore di ricerca "Places" è un'esclusiva di Time To Lose srl e del portale www.time-to-lose.it

Treviso Oggi • Click di Marca



Sito mirato alla promozione turistica di Treviso e della marca trevigiana.

Il turismo le tipicità e l'ospitalità sono le colonne sulle quali si fonda il progetto che sarà mirato al "food and beverages" oltre alla valorizzazione dei prodotti agroalimentari, i disciplinari, i loro consorzi di tutela.

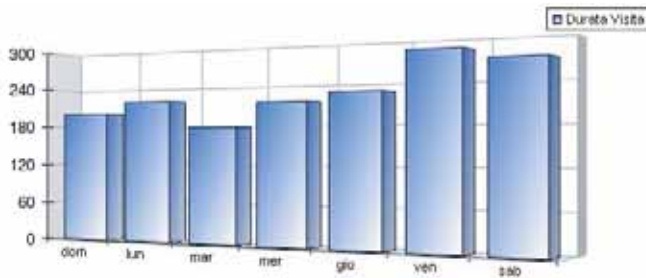
Sarà "tradotto" per gli utenti di lingua straniera.

In pubblicazione.

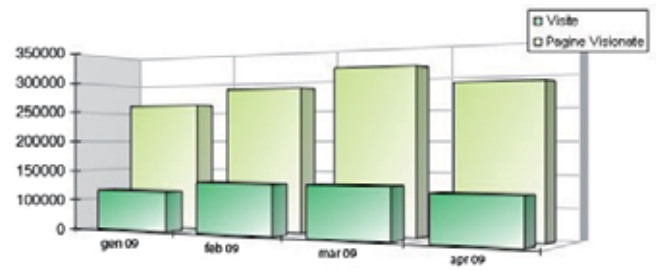
Perché scegliere Time To Lose

- Perché **Time To Lose** crea e produce **comunicazione pubblicitaria** innovativa mirata e personalizzabile, on-line 24h / 7gg, investita su risultati misurabili efficaci sicuri ed economici.
- Perché **Time To Lose** è radicata ed **attiva nella realtà trevigiana**, è rivolta al target giovanile ed è in rapporto diretto e privilegiato con le mode e le "tendenze".
- Perché **Time To Lose** è una vetrina **dedicata a giovani consumatori** che utilizzano il web come strumento per confrontare, programmare, acquistare. Un pubblico attento alle novità.

Media T/Visita 1°/4° - 09



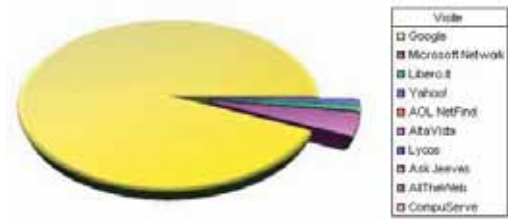
Media Visite/Pagine 1°/4° - 09



> 36% di visitatori "di ritorno"

Browser % 2008/09

Motori di ricerca % 2008/09



Origine geografica % mese 2008

N/A	> 46%
1 Italy 47.563	>74%
2 France	> 2 %
3 Sweden	> 2 %
4 Germany	> 2 %

5 United Kingdom	< 2 %
6 Switzerland	> 1 %
7 Finland	< 1 %
8 Spain	< 1 %
9 Netherlands	< 1 %

10 Austria	< 1 %
Europa Totale	>14 %
Nord America	> 8 %
Asia /Oceania	< 1 %
Africa/P. Arabi	< 1 %

Time To Lose - Il Portale

- Oltre **10.000 iscritti** alla newsletter - ad invio quindicinale -
- Trend di accessi unici in aumento ed assestato da settembre '08 oltre i **120.000 contatti mese**.
- Fedeltà del navigatore di ritorno nei 30 giorni oltre il **36%**.
- Oltre **70 gallery** fotografiche di eventi prodotti o condivisi con oltre **7.000 immagini pubblicate**.
- Negli ultimi 12 mesi pubblicati oltre **1.750 articoli** in Home Page.
- Negli ultimi 12 mesi pubblicati oltre **1.950 appuntamenti** a calendario.
- 14 articoli dedicati a TTL** nelle pagine della stampa locale regionale e nazionale.

Time To Lose - Gli Utenti

Sesso	Donna 52%	Uomo 48%	
Sono residenti	Città 45%	Provincia 49%	Altro 6%
Svolgono l'attività	Studente 6%	Dipendente 49%	Autonomo 45%
Conoscono TTL	Web 21%	Evento 47%	Altro 32%
Navigano TTL	Molto 14%	Abbastanza 45%	Poco 41%
Navigano le News	Molto 10%	Abbastanza 57%	Poco 33%
Navigano gli Archivi	Molto 11%	Abbastanza 43%	Poco 46%
Navigano le Gallery	Molto 25%	Abbastanza 40%	Poco 35%
Navigano Places	Molto 18%	Abbastanza 48%	Poco 34%
Dicono che TTL è Aggiornato	Molto 33%	Abbastanza 51%	Poco 16%
Dicono TTL è Semplice	Molto 40%	Abbastanza 47%	Poco 13%
Dicono TTL è Efficace	Molto 41%	Abbastanza 45%	Poco 14%
La loro età	+ 20 - 16%	+ 30 - 42%	+ 40 - 37%
			+ 50 - 5%

(profilo elaborato su informazioni rilasciate a TTL da oltre 4.500 utenti tra iscritti 72% e non iscritti 28% al 30.03.09)

PARTNERS & OFFICIAL LINKS



TIME TO LOSE srl

Sede Legale: Via Indipendenza, 4 - 31100 - Treviso • Tel. & Fax: +39.0422.460866

www.time-to-lose.it • www.trevisooggi.it