

RCS E L'ESPRESSO UNITI IN UN NETWORK PER L'ADVERTISING ONLINE

I due colossi editoriali, che insieme rappresentano il 40% dell'audience italiana di internet, hanno deciso di unire le forze per aumentare la raccolta pubblicitaria, offrendo agli inserzionisti la possibilità di veicolare messaggi differenziati per tipologie di target.

Rcs MediaGroup e il Gruppo Editoriale L'Espresso hanno costituito il consorzio Premium Publisher Network, per offrire ai propri clienti "posizionamenti pubblicitari a performance" su tutti i propri siti. I due colossi editoriali rappresentano nel complesso il 40% del pubblico italiano di internet e hanno dichiarato di essere pronti a far entrare nel Consorzio altri editori, purché i loro marchi siano sufficientemente affermati. Gli inserzionisti avranno così la possibilità di raggiungere il bacino online di entrambi i gruppi e di proporre messaggi differenziati a seconda del target di pubblico che reputano più interessante. Il nuovo Consorzio, prima esperienza di questo genere in Italia, sarà operativo entro il primo semestre del 2006.