



RCS E L'ESPRESSO: LA PUBBLICITA ' FA LA FORZA

Si chiama Premium Publisher Network, e ha tutta l'aria di voler rivoluzionare l'attuale panorama pubblicitario europeo. Il nuovo consorzio, con a capo Rcs MediaGroup e il Gruppo Editoriale L'Espresso, diventerà operativo in qualche mese, e offrirà agli investitori posizionamenti pubblicitari a performance sui siti dei propri marchi. La possibilità degli inserzionisti di pagare gli spazi per clic, si aggiungerà così alla classica offerta gestita dalle singole concessionarie dei due gruppi, che detengono congiuntamente una copertura potenziale del mercato online italiano pari al 40%. Intanto, mentre il consorzio non fa mistero di voler inglobare altri editori di "qualità" con brand affermati, insorge il comitato di redazione de *LaRepubblica*, che teme confusioni tra contenuto giornalistico e pubblicitario, e rivendica l'indipendenza della testata.