



Espresso e Rcs si fondono per dare vita a un colosso della pubblicità on-line

Si chiama Premium Publisher Network il consorzio creato congiuntamente da Rcs MediaGroup e Gruppo Editoriale L'Espresso per offrire al mercato posizionamenti pubblicitari 'a performance' sui siti dei propri marchi editoriali. Si tratta di quel tipo di pubblicità per cui il cliente clicca sull'annuncio e che viene pagata dall'inserzionista in funzione del numero dei click effettuati. "Con la creazione di questo network - si legge in una nota congiunta - Rcs e L'Espresso offrono una nuova opportunità di comunicazione che si affianca alla consueta offerta display advertising delle proprie concessionarie. I due gruppi editoriali promotori intendono aprire da subito il Consorzio alla partecipazione di altri editori proprietari di brand affermati sul mercato e in grado di offrire audience qualificate".

Il nuovo network consentirà agli inserzionisti di utilizzare formati pubblicitari text link a performance contestualizzati rispetto ai contenuti e al target di utenza, garantendo la visibilità verso una audience di qualità e di elevato valore pubblicitario. Si tratta della prima iniziativa di questo tipo a livello europeo. Gli aderenti al Consorzio metteranno a disposizione i propri bacini pubblicitari on-line contribuendo a costruire un unico grande bacino in forma aggregata di network, al quale gli investitori pubblicitari potranno accedere con una specifica offerta a performance. Fin dall'inizio agli investitori pubblicitari sarà quindi garantito un inventory on-line dedicato che, solo considerando i due soci fondatori del Consorzio, assicura la copertura potenziale di oltre il 40% dell'audience on-line in Italia (Audiweb Netview, novembre 08) e un target di prestigio quale è quello che quotidianamente consulta i siti internet delle testate editoriali italiane.

Il Consorzio opererà tramite una struttura di vendita specializzata e sarà operativo sul mercato nel primo semestre 2009.