

**informazione.it**

Friday, April 02, 2010 - 10:14

Aggregazione Notizie

Ai blocchi di partenza il Consorzio di editori  
per la pubblicità a performance sui siti d'informazione

## Per Premium la piattaforma 4w Net aderisce anche il gruppo Athesis

**MILANO** - Crescono le adesioni al Consorzio Premium Publisher Network (PPN) per la gestione dei text link pubblicitari a performance sui siti Internet dei principali editori online italiani: dopo La Stampa di Torino, anche Gruppo Athesis si è unito ai fondatori RCS Mediagroup e Gruppo Editoriale l'Espresso.

Per la gestione della nuova attività, il Consorzio PPN, aperto a tutti gli editori di contenuti ad alta qualità, ha scelto la piattaforma 4w Net della società 4w MarketPlace. Il servizio sarà pienamente attivo nel mese di aprile.

Cosa sono i "text link a performance"? E', per capirci, la pubblicità testuale che gli utenti di Repubblica.it trovano sotto ogni articolo (compreso questo che state leggendo), attraverso la quale vengono presentati prodotti e servizi coerenti con il contesto editoriale. "A performance" perché l'inserzionista paga solo se il link è effettivamente usato dagli utenti del sito.

Il Consorzio PPN, grazie alla tecnologia di 4w Net, è in grado di offrire al mercato degli investitori a performance un bacino online con target altamente qualificato, che comprende siti di informazione nazionale (tra cui repubblica.it, corriere.it, gazzetta.it, lastampa.it), siti di informazione locale (come larena.it, ilgiornaledivicenza.it, bresciaoggi.it, i siti locali del Gruppo Espresso e di Rcs), siti di testate periodiche come l'Espresso e emittenti radiofoniche (ad esempio deejay.it, capital.it, 105.it, radiomontecarlo.net).

Per Giorgio Riva, direttore generale di RCS Digital e presidente del Consorzio PPN, "il Consorzio sta riscuotendo una significativa attenzione da parte del mercato, sia in termini di adesioni che di interesse pubblicitario. Anche a livello internazionale l'iniziativa è osservata con grande interesse".

Claudio Giua, direttore centrale contenuti digitali del Gruppo Espresso e vicepresidente de Consorzio PPN, sottolinea come "i siti partecipanti al Consorzio ora abbiano pieno controllo dei propri bacini pubblicitari. Grazie all'accordo con 4w MarketPlace, non sarà più necessario passare attraverso operatori globali per pianificare la pubblicità a performance".

Secondo Gabriele Ronchini, amministratore delegato di 4w MarketPlace, "la piattaforma aperta rappresenta una ottima opportunità per tutti gli operatori online, grazie a tecniche di asta automatica che determinano il costo dell'azione da parte dell'utente".

(19 marzo 2009)