



Premium Publisher Network, i Murdoch d'Italia

Posted on 24 novembre 2009

Se ne è sentito parlare soprattutto per la sua [assenza allo IAB Forum 2009](#), evento di punta per l'[advertising](#) online. Ma il Consorzio [Premium Publisher Network](#), nato a novembre da [RCS](#) MediaGroup e Gruppo Editoriale L'Espresso, si propone in Italia come l'alternativa a Google e Yahoo.

In [un'intervista](#) rilasciata a WebNews, il direttore Giorgio Riva ne spiega le finalità.

Il Consorzio PPN è una realtà italiana nata da [RCS](#) e l'Espresso in una logica totalmente aperta agli altri editori (ad oggi raccoglie già 50 nomi associati), non solo di carta stampata, che abbiano contenuti informativi di qualità.

Il consorzio gestisce per gli editori un unico tipo di formato pubblicitario, il che consente agli editori stessi di avere totale conoscenza dei dati relativi ai click così come per gli altri formati pubblicitari. In passato gli editori lasciavano questo spazio soprattutto a gruppi quali Yahoo o Google, ma era una sorta di concessione "al buio" (si ricevevano dei denari, ma non si aveva governo effettivo su quel tipo di pubblicità). Con il PPN gli editori potranno controllare anche questo tipo di offerta.

Il Consorzio è una realtà aggregante ed ha dato mandato per la raccolta pubblicitaria alla 4W Marketplace mettendo a disposizione un network "Premium": chi compra sa esattamente chi sono gli editori del network e questi ultimi avranno pieno controllo della propria audience e del tipo di inserzione che vanno ad ospitare.