

# Daily Net

Scopri l'evento dedicato al digital marketing!

100% CLIENTI  
100% BUSINESS

**EBA**  
FORUM  
Eventi & Conoscenza

Fieramilanocity

V EDIZIONE  
12-14 Maggio 2010

[www.ebaforum.it](http://www.ebaforum.it)

ingresso su invito riservato agli operatori del settore

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VIII - martedì 4 maggio 2010 n.062

COME PREVISTO DALLO STATUTO, LA PRESIDENZA È PASSATA A CLAUDIO GIUA

## Nuovi ingressi in Premium Publisher Network

SCELTO DA APCOM, DA L'ADIGE, DAL GIORNALE DI SICILIA E DAI 12 SITI TEMATICI DELLA PIATTAFORMA NEXTA

Dopo il recente esordio di Ansa, Premium Publisher Network, circuito dedicato alla pubblicità contestuale a performance, è stato scelto anche da Apcom, da L'Adige, dal Giornale di Sicilia e dai 12 siti tematici della piattaforma Nexta, che si aggiungono a Repubblica.it, Corriere.it, Gazzetta.it, LaStampa.it, Espressonline.it, Lasiciliaweb.it, ai siti 17 dei giornali locali e delle radio (DeJey, Capital, M20) del Gruppo Espresso, dei magazine di Rcs Media Group, delle emittenti del gruppo Finelco (Mon-



tecarlo, 105, Virgin), dei quotidiani Gazzetta del Sud, La Sicilia e Gazzetta del Mezzogiorno e del gruppo Athesis (Arena di Verona, Giornale di Vicenza e Bresciaoggi). Complessivamente il consorzio gestisce, tramite il partner 4w MarketPlace, la contextual ad-

vertising su 57 testate. Fondata da Rcs e Gruppo Espresso, il Premium Publisher Network (Ppn) ha festeggiato il 31 marzo scorso l'anno di vita. Come previsto dallo statuto, la presidenza è passata a Claudio Giua, direttore sviluppo e innovazione del Gruppo Espresso, che succede a Giorgio Riva, direttore generale di Rcs Digital. Secondo Giua, «la raccolta pubblicitaria sulle testate Ppn è in costante crescita e nel primo anno di attività ha superato 1 milione di euro. Anche il bacino è sempre più ampio e nel mese di marzo, grazie a un'ulteriore incremento

del 14%, ha superato i 2,5 miliardi di advert impression mensili. Questo in virtù anche del coordinamento dell'attività del consorzio, egregiamente svolto da Giorgio Riva nel primo anno di attività». Per Gabriele Ronchini, presidente 4w MarketPlace, «gli investimenti sul nostro network sono ben distribuiti sui principali mercati, a partire dai beni durevoli con il 20%, turismo e finanza alla pari con il 18%, informatica e telecomunicazioni con il 15%. Continuano ad aumentare le campagne grazie anche all'alto tasso di rinnovo degli investitori, che ormai supera il 70%».