



Comunicato Stampa RCS MediaGroup

Il Gruppo RCS gestirà la raccolta pubblicitaria nazionale su stampa e on-line per La Stampa e LaStampa.it

Milano, 7 gennaio 2014 – RCS MediaGroup annuncia che dal prossimo 1° febbraio 2014 la raccolta pubblicitaria nazionale su stampa e on-line per il quotidiano La Stampa e LaStampa.it sarà gestita dalla concessionaria pubblicitaria del Gruppo RCS.

In base all'accordo stipulato con Editrice La Stampa, la raccolta pubblicitaria nazionale sia per il quotidiano sia per il sito de La Stampa viene quindi affidata alla concessionaria guidata da Raimondo Zanaboni, mentre la raccolta della pubblicità locale rimarrà fuori dal perimetro dell'accordo commerciale in questione e sotto il diretto controllo della struttura commerciale di Publikompass. La raccolta pubblicitaria nazionale per i due mezzi, nel 2012, è stata pari a circa 30 milioni di Euro.

Per la concessionaria pubblicitaria del Gruppo RCS prosegue il piano di consolidamento della raccolta pubblicitaria nazionale. L'accordo con Editrice La Stampa si aggiunge infatti al contratto firmato nel giugno 2013 con Poligrafici Editoriale - editore dei quotidiani del gruppo Monrif (QN, Il Giorno, Il Resto del Carlino e La Nazione) - la cui raccolta pubblicitaria nazionale è stata affidata dal 1° settembre 2013 alla rete commerciale della concessionaria RCS, ed al recente accordo per la gestione in esclusiva dal 1° gennaio 2014 della raccolta nazionale su carta e web de Gazzetta del Sud, La Gazzetta del Mezzogiorno, Giornale di Sicilia e La Sicilia. La concessionaria guidata da Zanaboni potrà quindi consolidare la raccolta pubblicitaria con quella per i quotidiani storicamente gestiti dal Gruppo RCS (*Corriere della Sera, La Gazzetta dello Sport* e L'Unione Sarda).

La Stampa e LaStampa.it presentano un'elevata complementarietà di target e di copertura territoriale rispetto al portafoglio di testate di RCS MediaGroup. L'accordo con Editrice La Stampa contribuirà quindi a rafforzare la leadership del network pubblicitario guidato dalla concessionaria del Gruppo RCS, sia quanto a contatti netti generati sia sul target adulti (10.902.000) e sul target uomini (7.355.000, fonte Audipress 2013/2) sia sul fronte diffusionale: le copie complessive dei quotidiani che comporranno il network toccheranno infatti 1.354.193 copie (fonte Ads, ottobre 2013) e gli utenti unici nel giorno medio di Corriere.it, Gazzetta.it, LaStampa.it e i siti dei brand recentemente entrati in portafoglio raggiungeranno 1.738.140 utenti (fonte Audiweb ottobre 2013).

“L'accordo con Editrice La Stampa conferma la leadership che la concessionaria pubblicitaria di RCS



ha raggiunto nel settore quotidiani in Italia, – ha commentato Raimondo Zanaboni, Direttore Generale Pubblicità del Gruppo RCS – interpretando nel modo migliore i processi di concentrazione in corso nel nostro Paese, così come in molti altri paesi europei. Il nostro Gruppo consolida ulteriormente la propria rilevanza per gli investitori pubblicitari, mettendo a disposizione una piattaforma commerciale off-line e on-line senza pari”.

Per ulteriori informazioni:

RCS MediaGroup – Corporate Media Relations

Carlo Rossanigo - 02 2584 3103 - +39 3351883558 – carlo.rossanigo@rcs.it

Beatrice Minzioni - 02 2584 4810 - +39 366 9206986 – beatrice.minzioni@rcs.it

www.rcsmediagroup.it

La Direzione Pubblicità di RCS MediaGroup

La Direzione Pubblicità di RCS, che raccoglie la pubblicità sui mezzi del Gruppo, offre un ampio e articolato portafoglio composto da testate stampa, leader nei diversi segmenti, canali digitali, web, mobile, tablet e TV. Attraverso i due power brand Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport e i diversi Sistemi Verticali su target specifici - Uomo, Donna, Giovani, Familiari, Moda e Design – il Gruppo RCS offre ai propri clienti la possibilità di potenziare il dialogo con i loro target, articolando l'azione di pubblicità e comunicazione su ampie audience in una logica multicanale e multiplatforma.

Attraverso InProject, la unit dedicata ai progetti integrati di comunicazione, l'efficacia dei brand si sviluppa oltre i confini fisici e digitali della testata, attraverso eventi, azioni sul territorio, iniziative speciali, mentre - con il supporto di Connecto - si attiva la possibilità di iniziative di direct marketing, digital PR & reputation. Con una presenza capillare in Italia e all'estero, la rete commerciale della Direzione Pubblicità di RCS è specializzata per settore merceologico e per tipologia di pubblicità. E' inoltre supportata da un'intensa attività di comunicazione e di servizi di marketing specializzati, tra i quali in particolare una struttura di Consumer Insight & Analytics, dedicata alla conoscenza dell'utente, in termini di interesse e di modalità di fruizione dei media in portafoglio, e alla misurazione dell'efficacia delle campagne e dei progetti di comunicazione.

Grazie ad accordi con altri editori la concessionaria di RCS si occupa anche in esclusiva della pubblicità nazionale su stampa per Poligrafici Editoriale (QN, Il Giorno, Il Resto del Carlino e La Nazione), e della raccolta nazionale per la stampa e per il web di Gazzetta del Sud, La Gazzetta del Mezzogiorno, Giornale di Sicilia e La Sicilia.