

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XIX n°016
giovedì 29 gennaio 2009

p. 28

diamo spazio alle
vostre idee in **Cina**



www.mediaandtrade.com

Editoria Dmedia: da gennaio in edicola con il nuovo In Europa per conquistare il mercato pubblicitario

Il gruppo editoriale che fa capo a D-Mail, guidato da Gianluigi Viganò, lancia un prodotto unico distribuito insieme al network di testate locali; responsabile della raccolta è Claudio Rossi, già amministratore delegato di Spe

di Silvia Antonini

Con la nascita della nuova testata In Europa all'inizio di quest'anno, Dmedia Group, controllata editoriale di D-Mail, consolida la sua presenza nel settore della stampa locale e aggredisce il mercato pubblicitario nazionale. Dmedia controlla il settore dell'informazione legata al territorio con un network di 30 testate settimanali, distribuite in Lombardia, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta. Nel 2008 ha generato un fatturato di 30 milioni di euro tra vendite in edicola e raccolta pubblicitaria locale. Proprio in Valle d'Aosta il presidente dell'azienda editoriale, Gianluigi Viganò, presente anche nel CdA di D-Mail come amministratore delegato, ha da poco concluso l'acquisizione del 10% della testata leader La Vallée. «Il nostro modello di business si ispira alla syndication americana. Lo sviluppo editoriale avviene su due fronti - spiega Viganò -, acquisire testate già esistenti anche con quote di minoranza, e crearne di

nuove laddove ci sia un vuoto di mercato e sia interessante coprirlo, come abbiamo fatto nel 2007 fondando il Giornale di Desio. Negli ultimi dieci anni abbiamo creato almeno dieci nuove testate. La peculiarità del nostro network consiste nel condividere lo stesso sistema editoriale che genera sinergie sui contenuti, sul reperimento e scambio di notizie, e sulla raccolta pubblicitaria locale. Inoltre il sistema genera automaticamente notizie per il portale Netweek.it e per i siti delle singole testate». Il modello è saldamente legato alla pay per view, proponendo l'acquisto della singola copia o un abbonamento a tempo. «Il nostro modello ha dimostrato di tenere nonostante il calo generalizzato delle copie che ha investito i quotidiani. Nel 2007 abbiamo registrato una crescita in edicola pari all'8%, e l'anno scorso abbiamo confermato i volumi di quello precedente nonostante l'aumento del prezzo di copertina a 1,20 euro. Le nostre

testate, nonostante la periodicità settimanale, hanno un taglio giornalistico consolidato vicino a quello dei quotidiani, strettamente legato al territorio di competenza, generando così un forte rapporto di fidelizzazione con il lettore». Proprio questa caratteristica ha spinto l'editore a investire per accaparrarsi di un mercato pubblicitario più ampio. Del progetto, sul fronte della raccolta, si occupa Claudio Rossi, già alla guida della Spe, concessionaria di Poligrafici Editoriale. Rossi è l'amministratore delegato di Publisette, holding per la raccolta della pubblicità nazionale per tutto il gruppo. Nasce così In Europa, testata che offre un approfondimento tematico sempre all'insegna dell'attualità, distribuita incellophanata copia per copia insieme alle testate locali, per una tiratura media di 210mila copie che è la stima di diffusione dell'editore per quanto riguarda il circuito nel suo complesso (oltre 1,4 milioni di lettori stimati). Da gennaio In Europa è anche stata inserita nella certificazione Ads. «L'obiettivo è quello di coinvolgere nel circuito di giornali locali il mercato degli investitori nazionali attraverso un prodotto unico, autonomo e appetibile sia sul fronte dei lettori sia su quel-

lo pubblicitario - spiega lo stesso Rossi -. Sugli 8.101 comuni italiani, il 40% si trova nel Nord Ovest, di cui noi copriamo capillarmente il 70%. I 50 comuni più ricchi del Paese sono serviti dal nostro circuito, esclusi i grandi centri urbani». Al momento, il valore stimato del nuovo prodotto è di circa tre milioni di euro, considerato che in questa prima fase si ipotizza a regime un inserimento pubblicitario medio di cinque pagine oltre ai pubblicedizionali. «In Europa viene stampato su carta di 0,55 grammi che garantisce una qualità migliore per i clienti speciali ne esiste una versione ancora più raffinata. Il nostro scopo non è solo quello di accrescere il mercato pubblicitario delle testate, ma generare un circolo virtuoso di cui si possono avvalere i nostri altri prodotti, come stradari, guide e iniziative speciali con singole aziende, fino ad arrivare agli eventi e alle manifestazioni sul territorio». Completano l'offerta sette free press distribuiti nei capoluoghi di provincia. Lo sviluppo del progetto In Europa comporta un investimento che sta tra i due e i tre milioni di euro, e si avvale di un accordo con lo stampatore Farina, che garantisce uniformità di formato e il full color.

La società nostra cliente è una delle più importanti concessionarie di pubblicità operanti in Italia; gestiscono un portafoglio complesso che spazia su tutti i media: Quotidiani, Periodici, Canali Satellitari, Televisione ed Internet.

In previsione di un potenziamento del proprio organico ci ha incaricati di ricercare:

AGENTI PUBBLICITARI SENIOR CANALE WEB

Che si occuperà della gestione dei rapporti con i centri media e con i clienti direzionali. Il candidato ideale, con capacità di condurre le trattative commerciali ad alto livello, ha maturato esperienza di almeno tre anni nella vendita nel canale internet, è motivato, aggressivo, determinato e autonomo. È garantita ottima retribuzione e crescita professionale.

Gli/Le Interessati/e possono inviare il CV all'e-mail lavoro@studioassociato.it. L'informativa ex Dlgs n.276/03 è consultabile sul sito www.studioassociato.it



Il quotidiano *Daily Media* mette a disposizione degli operatori un servizio importante, destinato a raccogliere tutte le richieste di ricerca e offerta di lavoro.

UNO SPAZIO DEDICATO
AL RECRUITMENT

Per informazioni:
Monica Minuti
Telefono 02.53598221
e-mail: mminuti@ediforum.it