

CRESCE IL POLO ENTERTAINMENT DI IBS

Internet Bookshop (Ibs), la società di e-commerce del gruppo Messaggerie Italiane, ha costituito una concessionaria di pubblicità interna, Myads, per gestire la raccolta sui suoi siti: Ibs.it (il sito leader in Italia nella vendita di libri, dischi, dvd e videogiochi), Mymovies.it (uno dei più frequentati portali di cinema, acquisito nel 2007 da Ibs) e Wuz.it (sito di cultura e spettacolo erede di Alice.it, storica directory sul mondo dell'editoria).

“Con la costituzione di Myads”, spiega Pierpaolo Guidi, direttore della nuova concessionaria, “puntiamo a sfruttare adeguatamente le potenzialità del nostro network, tre siti molto ben integrati tra loro, che ogni mese totalizzano 5 milioni di visitatori unici, 150 milioni di impression, 50 milioni di pagine viste, e con una platea di oltre 850mila acquirenti on line: un tar-

get dunque molto appetibile dal punto di vista pubblicitario”.

Guidi ha un'esperienza ventennale nel mondo della comunicazione on line, maturata in Piemme, Condé Nast, Mondadori e da ultimo in Web Ads, dove era direttore commerciale. Lo affiancano Paolo Montixi (proveniente da GroupM) con l'incarico di traffic manager, e Sara De Stefano, sales account (ha lavorato in Wmc, Mediaedgencia, Yahoo! e One Italia).

Negli obiettivi di Internet Bookshop - come ha dichiarato l'amministratore delegato Mauro Zerbini - c'è la creazione di un grande polo web sull'entertainment. Il prossimo passo sarà il lancio di un sito web

dedicato alla musica, MyMusic, che sarà anche un canale di distribuzione della cosiddetta 'musica liquida', i file musicali scaricabili da Internet. C. C.



Pierpaolo Guidi, direttore di Myads, la nuova concessionaria di Internet Bookshop Italia.

