

PUBBLICITÀ 12

NASCE MYADS, ECCO LA CONCESSIONARIA DI INTERNET BOOKSHOP

Sarà guidata da **Pierpaolo Guidi** che afferma: «Una sfida entusiasmante, ci poniamo come referente nel mercato entertainment»



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI - martedì 16 settembre 2008 n.156

CAMPAGNA MULTIMEDIALE PER LA NUOVA OFFERTA ALLE FAMIGLIE

Eni 10 con te, a fine mese l'adv online



La home page Eni, dove poter scoprire la nuova offerta commerciale

IN DIRITTO D'ARRIVO LE ATTIVITÀ INTERNET. CREATIVITÀ DI TBWAVITALIA, PIANIFICAZIONE DI CMD. PREVISTO UN NUOVO FLIGHT A OTTOBRE **5**

LANCIO DI TRE NUOVI CELLULARI

Nokia sempre più multimedia: tre le pubblicità in partenza

CREATIVITÀ INTERNAZIONALI LOCALIZZATE IN ITALIA DA JWT, LA PIANIFICAZIONE È A CURA DI MEDIACOM **3**

DA IERI IL RESTYLING DEL PORTALE ITALIANO DEL LUSO

Luxgallery.it in rete con la nuova veste grafica firmata dall'agenzia Bbj

NOVITÀ GRAFICHE MA ANCHE COMMERCIALI COME LO SPONSOR-DAY: LOUIS VUITTON ACCOMPAGNA IL LANCIO. DAVIDE PASSONI NUOVO VICE DIRETTORE **2**

PROMOZIONI

DACIA SANDERO SI FA IN DUE IN RETE

Pianificazione sul sito dedicati ai matrimoni a firma di Carat, creatività di Publicis Modem **7**

SERVIZI 4

UPS PRESENTA ONLINE IL SUO NUOVO WIDGET, BANNER A SUPPORTO

Lanciato ieri il nuovo strumento che permette di accedere ai servizi Ups dal proprio desktop. Adv di McCann Erickson

INTERVISTE 8



Michele Noce

LINES DA OTTOBRE SUL WEB

Il mese prossimo la comunicazione online per **Polo Blu**

PUBBLICITÀ 12

NASCE MYADS, ECCO LA CONCESSIONARIA DI INTERNET BOOKSHOP

Sarà guidata da **Pierpaolo Guidi** che afferma: «Una sfida entusiasmante, ci poniamo come referente nel mercato entertainment»

Secondamano.it
Qui tutti cercano un buon affare
Secondamano.it i nostri utenti, i tuoi clienti. **SCHIBSTED**

Art. 1176, n. 1° e 2° del D.L. 20/02/02 - d. 8/1/03 per e-mail



ALLA SUA DIREZIONE È STATO CHIAMATO PIERPAOLO GUIDI

Nasce Myads, la concessionaria di lbs

GUIDI: «CI PONIAMO COME REFERENTE NEL MERCATO DELL'ENTERTAINMENT»

Da oggi la raccolta pubblicitaria sui siti **lbs.it**, **My-movies.it** e **Wuz.it** sarà gestita da **MYads**, la nuova concessionaria alla cui direzione è stato chiamato **Pierpaolo Guidi**. Questi tre siti internet raccolgono oltre 850.000 i clienti, 50 milioni di page views mensili e 5 milioni di visitatori unici (dati certificati **Nielsen Site Census**). Pierpaolo Guidi, che proviene da **WebAds** dove dal 2006 aveva assunto la direzione commerciale, sarà affiancato da **Paolo Montixi**, con il ruolo di traffic manager, e **Sara De Stefano**, sales account. «La creazione di MYads è un altro importante tassello nella nostra strategia di realizzazione del più grande polo web dedicato all'entertainment – ha dichiarato **Mauro Zerbini**, amministratore delegato di Internet Bookshop -. Oggi, a 10 anni dalla nascita di lbs, siamo pronti per entrare nel mercato della pubblicità online e intendiamo farlo nel modo migliore affidandoci a chi, come noi, conosce il web italiano fin dai suoi albori. Siamo quindi lie-



ti di comunicare l'ingresso in lbs, alla guida della neonata MYads, di Pierpaolo Guidi, una professionista molto noto nel settore. La raccolta pubblicitaria affiancherà i ricavi dalle vendite e-commerce nel settore dei libri e dei prodotti audiovisivi». «Un'opportunità molto importante e stimolante dal punto di vista personale – ci ha raccontato Pierpaolo Guidi -, credo che ci siano ottime prospettive sia per quanto riguarda MyMovies, poiché il cinema è un settore significativo, sia per quanto riguarda lbs, uno dei siti e-commerce più importanti in Italia. L'idea che ora il gruppo diventa anche un media pubblicitario è un concetto che nei prossimi giorni cercheremo di comunicare. Il nostro obiettivo è quello di sfruttare le potenzialità del web

per valorizzare al massimo i siti del network, oltre ai classici strumenti a disposizione della pubblicità online, spingeremo molto sulla creazione di speciali tematici e iniziative dedicate a settori ed eventi particolari, come ad esempio festival cinematografici, musicali e fiere dedicate al libro. MYads può offrire alle aziende, sempre più attente al canale online, un bagaglio di milioni di utenti di altissimo profilo reddituale e culturale. Si tratta di un consumatore multicanale già abituato al web che utilizza per lavoro, svago, divertimento e anche per fare e-commerce e info-commerce. Sicuramente sul mercato delle concessionarie ci sono già molte realtà, per differenziarci punteremo sulla nostra specificità, quella dell'home entertainment: cinema, editoria e cultura in generale. Per quanto riguarda gli obiettivi di raccolta – conclude Guidi – non abbiamo fatto previsioni numeriche, diciamo che puntiamo a mantenere e cercare di aumentare quanto fatto da MyMovies negli scorsi anni».

