

# TODAY

## Publicità ITALIA

### CONCESSIONARIE

#### *Internet Bookshop crea MYads*

"Debutta ufficialmente oggi MYads, la concessionaria online creata da Internet Bookshop che si occuperà della raccolta di IBS.

it, MYmovies.it e Wuz.it. A dirigerla sarà Pierpaolo Guidi, che anticipa a Pubblicità Italia Today le prossime mosse del gruppo, a partire dal lancio di nuovi siti nel campo della musica e dei videogames. Nell'offerta della concessionaria, oltre ai classici formati, alcuni progetti speciali legati al cinema. (P.B.) [A PAG. 12]

## [Adv online] Da IBS nasce la concessionaria MYads; Pierpaolo Guidi direttore

Inizia oggi l'avventura di **MYads**, concessionaria creata da **Internet Bookshop** per la raccolta su **IBS.it**, **MYmovies.it** e **Wuz.it**. Tre portali che secondo gli ultimi dati Nielsen Site Census rappresentano il cardine del settore entertainment e della vendita di prodotti culturali, con 850.000 clienti abituali, 120 milioni di advimpression, 50 milioni di page views e 5 milioni di visitatori unici al mese. IBS.it è un po' storia e termometro dell'e-commerce italiano. Dieci anni fa è stato cornice della prima transazione online nel nostro Paese e in seguito si è evoluto da negozio virtuale a strumento di info-commerce. "Lo considero un media vero e proprio - spiega a *Pubblicità Italia Today* **Pierpaolo Guidi**, neo direttore di MYads -. Assieme agli altri due siti viene consultato sempre più per informarsi su prodotti, eventi culturali e proiezioni cinematografiche. Logico quindi, a meno



di un anno dall'ingresso di IBS in MYmovies, cercare di valorizzare il nostro network anche sul piano dell'offerta agli investitori". Guidi, dieci anni di esperienza tra Piemme, Condé Nast, Mondadori e Web Ads, chiarisce così i motivi di tale scelta. "Conosciamo molto bene il nostro prodotto, a garanzia di pianificazioni più precise e mirate, e non vogliamo disperdere il know-how aziendale accumulato negli anni. Una concessionaria esterna e multisettoriale non saprebbe fare altrettanto. Per quanto affidabile, rappresenterebbe solo una consistente voce di spesa." La strategia di sviluppo sarà duplice. Da un lato la valorizzazione del prodotto, dall'altro il rafforza-

mento della propria nicchia di mercato. "Presto daremo vita a nuovi siti web - continua Guidi -, occupandoci di musica e videogiochi." Quanto all'offerta, per ora MYads proporrà i classici formati IAB assieme a cinque progetti speciali legati ai principali eventi del cinema internazionale: Cannes, Hollywood, Roma, Venezia e Berlino. Tra i clienti su cui puntare, ovviamente, le major del cinema, ma anche case editrici e produttori di videogames. I primi accordi, intanto, riguardano marchi legati da sempre al grande schermo: **Pasta Garofalo**, **Max Factor**, **Beck's**. "Il nostro target, formato da milioni di utenti di altissimo profilo socioculturale, ci permette un approccio molto ampio - prosegue Guidi -. Possiamo così rivolgerci al travel online, ai servizi finanziari diretti e perfino ad altri siti e-commerce non direttamente concorrenti". (P.B.)

