

Comunicato Stampa Congiunto RCS MediaGroup -Poligrafici Editoriale

Il Gruppo RCS gestirà in esclusiva la raccolta pubblicitaria nazionale su stampa per Poligrafici Editoriale

Milano, 18 giugno 2013 – RCS MediaGroup e Poligrafici Editoriale annunciano che dal prossimo 1° settembre 2013 la raccolta pubblicitaria nazionale su stampa per i quotidiani editi da Poligrafici Editoriale sarà gestita in esclusiva dalla concessionaria pubblicitaria del Gruppo RCS.

Poligrafici Editoriale è l'editore dei quotidiani del gruppo Monrif (QN, Il Giorno, Il Resto del Carlino e La Nazione) e ha raccolto nel 2012 quasi 28 milioni di Euro di pubblicità nazionale su stampa quotidiana. In base all'accordo, che ha durata fino al 31 dicembre 2015, la rete commerciale della concessionaria RCS - guidata da Raimondo Zanaboni - potrà consolidare la raccolta pubblicitaria sia delle testate italiane del Gruppo RCS, sia dei quotidiani del Gruppo Poligrafici Editoriale.

L'offerta di Poligrafici Editoriale presenta un'elevata complementarietà di target e di copertura territoriale rispetto al portafoglio di testate di RCS MediaGroup, rendendo questo accordo strategico per entrambi i gruppi editoriali.

Il nuovo network pubblicitario, costituito dall'unione tra i quotidiani gestiti dal Gruppo RCS (*Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport* e *L'Unione Sarda*) e quelli di Poligrafici Editoriale, si posizionerà quindi come leader nel mercato dei quotidiani in termini di contatti netti generati sia sul target adulti (8.366.000) sia sul target uomini (5.818.000, fonte Audipress 2013/I). Sul fronte diffusionale le copie complessive dei quotidiani che comporranno il network della concessionaria pubblicitaria di RCS supereranno il milione (1.069.790 copie, fonte Ads, aprile 2013).

“Questo accordo rappresenta una ripartenza nel difficile ma affascinante mondo della comunicazione, in cui il valore finale è maggiore del valore delle singole parti. - ha commentato Andrea Riffeser Monti, Vicepresidente e Amministratore Delegato di Poligrafici Editoriale - Un accordo storico per la SPE, Società Pubblicità Editoriale SpA, società controllata al 100% dalla Poligrafici Editoriale, che potrà, a partire da oggi, concentrarsi nello sviluppo multimediale nelle zone dove esercita una leadership assoluta: 25 aree leader dove si produce oltre il 40% del PIL italiano. Dalla metà di settembre il Gruppo potrà quindi dedicarsi allo sviluppo di nuovi settimanali a diffusione regionale e locale, che dedicheranno una preponderante attenzione al settore economia”.

“Questo accordo conferma che, in un mercato che si va progressivamente concentrando, – ha commentato Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato di RCS MediaGroup – la concessionaria pubblicitaria di RCS è in grado di fornire una piattaforma commerciale ricca di soluzioni e servizi di marketing, rendendosi sempre più interessante

per gli investitori pubblicitari, realizzando progetti di comunicazione ancora più potenti ed efficaci. L'innovativo modello di offerta del nostro Gruppo potrà rafforzarsi ulteriormente in futuro, attraendo anche altri editori a far parte di questa piattaforma”.

Eventuali futuri sviluppi della partnership potranno riguardare anche l'offerta on-line, mentre per quanto attiene alla raccolta pubblicitaria locale per le testate del Gruppo Monrif, è previsto che rimanga sotto il diretto controllo della rete commerciale locale di Poligrafici Editoriale.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Poligrafici Editoriale

Stefania Dal Rio

Direttore Immagine e Comunicazione Monrif Group

ufficio 051 6006075 cellulare 348 7109919

relazioni.esterne@monrif.net

RCS MediaGroup S.p.A.

Maria Verdiana Tardi

Corporate Media Relations Manager

+39 02 25845412 - +39 347 7017627

verdiana.tardi@rcs.it - www.rcsmediagroup.it

Poligrafici Editoriale

Monrif S.p.A., holding finanziaria controllata dalla Famiglia Monti Riffeser, è presente nel settore editoriale tramite Poligrafici Editoriale S.p.A., nel settore alberghiero tramite il Gruppo E.G.A. – Emiliana Grandi Alberghi – e nel settore Internet tramite MonrifNet.

Fondata nel 1954, la SPE Società Pubblicità Editoriale è la concessionaria di pubblicità appartenente al Gruppo Poligrafici Editoriale.

La professionalità e l'efficienza di questa struttura sono state presto messe a disposizione anche di testate esterne.

Con QN, Il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno, SPE è operativa in regioni italiane tra le più interessanti dal punto di vista della pianificazione pubblicitaria, grazie agli altissimi livelli di reddito sia familiare che pro-capite e all'alta propensione al consumo.

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 su target specifici - Uomo, Donna, Giovani, Familiari e Living Network per l'arredamento – 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.