

UN'EDIZIONE SPECIALE DAL TITOLO "THE DIGITAL ECONOMY OPPORTUNITY"

lab Forum 2012: sorprese per il 10° anno



Un'immagine della passata edizione di lab Forum

L'EVENTO ORGANIZZATO DA IAB ITALIA SI TERRÀ A FIERAMILANOCITY IL 10 E 11 OTTOBRE PROSSIMI: NUMEROSE LE NOVITÀ IN PROGRAMMA **7**

● ALL'AGENZIA IL BUDGET 2012 Stannah Montascale, a Quisma Italia il performance marketing

IL PIANO DI COMUNICAZIONE PREVEDE UNA SERIE DI OPERAZIONI STRATEGICHE E MIRATE IN INTERNET **2**

PARLA IVAN MONTIS, G.M. DI SAN PAOLO DIGITAL

Edizioni San Paolo, il futuro è l'integrazione con la rete

DALL'ONLINE, SEMPRE PIÙ IMPORTANTE NEL BUSINESS DEL GRUPPO, SONO ATTESI RISULTATI INTERESSANTI DI AUDIENCE E RACCOLTA **22-23**

PORTALI 14

IL FATTO QUOTIDIANO.IT: DEBUTTA LA SEZIONE "DONNE DI FATTO"

Da oggi sul sito un'area dedicata all'universo femminile, con interviste, storie e ritratti. Lancio sponsorizzato da **L'Erbolario**

FOOD 11



MORO: CONTEST E ADV WEB

Il brand compie 100 anni e festeggia con due iniziative

IL COMMENTO

INIEZIONE DI FIDUCIA DI VITTORIO PARAZZOLI

Quello che si è appena concluso è stato un Festival entusiasmante che ci riporta ai vertici della creatività internazionale



CLICCA SUL FRAME PER VEDERE IL VIDEO EDITORIALE



leonardo^{ADV}
strumenti per comunicare

la musica è cambiata.

20 milioni di preroll/mese su target verticali

www.leonardoadv.it

Fonte: AdServer

MANAGEMENT DEI BENI E SERVIZI CULTURALI

Master di Specializzazione in formula part time
9 weekend non consecutivi

Roma, dal 21 settembre 2012 - 7ª edizione

Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7004.8601
info@formazione.ilsole24ore.com

GRUPPO **24ORE**

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno X - lunedì 25 giugno 2012 n.116

INTERVISTA A IVAN MONTIS, GENERAL MANAGER DI SAN PAOLO DIGITAL Ed. San Paolo, il futuro è l'integrazione con la rete

DAL WEB, SEMPRE PIÙ IMPORTANTE NEL BUSINESS DEL GRUPPO, ATTESI BUONI RISULTATI DI AUDIENCE E ADV

San Paolo Digital è stata creata circa due anni fa con l'obiettivo di fornire un servizio di supporto a tutte le realtà del gruppo Editoriale San Paolo nell'ideazione, creazione e gestione di tutti i siti web e delle applicazioni digitali. DailyNet ha incontrato il suo general manager, **Ivan Montis**, per conoscere i progetti e le strategie in campo digitale di uno dei gruppi multimediali italiani più seguiti.

In che cosa consiste concretamente l'attività di San Paolo Digital?

Oggi supportiamo le redazio-

ni dei periodici come **Famiglia Cristiana**, **Vivere in Armonia** e **Gazzetta D'Alba** nella gestione

dei siti fornendo assistenza tecnica e consulenza, monitorando il traffico e coordinando le

attività di fornitori esterni sulle piattaforme tecnologiche. Svolgiamo inoltre un'intensa attività di project management volta allo sviluppo di progetti e nuove iniziative, come è avvenuto nel caso della gestione della versione per tablet delle riviste di Periodici San Paolo o per il lancio del nuovo sito di Edizioni San Paolo o del sito di e-commerce **Sanpaolostore.it**, rilasciato la settimana scorsa.

Quali sono i vostri progetti per valorizzare al meglio l'integrazione dei mezzi "classici" con quelli ▶

Ivan Montis, g.m.
San Paolo Digital



MANAGEMENT DEI BENI E SERVIZI CULTURALI

Master di Specializzazione in formula part time - 9 weekend non consecutivi

Roma, dal 21 settembre 2012 - 7ª edizione

PROGRAMMA

- Lo scenario culturale: struttura, caratteristiche e potenzialità del settore
- Le caratteristiche del progetto culturale: il project management della cultura
- La gestione economico-finanziaria - le informazioni economiche a supporto delle decisioni
- Strategie di marketing e comunicazione del progetto culturale
- La multimedialità a supporto dell'arte: le innovazioni tecnologiche

Brochure e Scheda d'iscrizione WWW.FORMAZIONE.ILSOLE24ORE.COM

Seguici su:  

Servizio Clienti
Tel. 02 5660.1887
Fax 02 7004.8601
info@formazione.ilsole24ore.com

GRUPPO **24ORE**

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 91
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c
Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008

► digitali?

Oggi questa integrazione passa attraverso un continuo rimando e rilancio di temi e contenuti, per esempio alcune recenti esclusive come l'intervista a **Mario Monti** o al cardinal **Bertone** pubblicate su **Famiglia Cristiana** cartacea sono state preannunciate sul sito e poi valorizzate attraverso la messa online di video delle interviste stesse. Contemporaneamente sui social network, in particolare **Twitter** e **Facebook** venivano create occasioni di dialogo e confronto con i lettori. Si tratta di un lavoro di squadra in cui la redazione può contare su un supporto tecnico e operativo per realizzare le idee creative che nascono giorno per giorno.

Qual è il target che viene maggiormente "colpito" dai vostri contenuti digitali?

I media digitali ci hanno permesso un allargamento del pubblico delle riviste verso target più giovani o meno abituati a usufruirne attraverso i canali tradizionali come l'edicola o la parrocchia. Sono utenti interessati al confronto, ai valori e alla loro declinazione della vita politica e sociale del Paese. Nei siti e nelle

pagine Facebook trovano il canale per loro più congeniale. Una ricerca **Nextplora**, che abbiamo realizzato un anno fa, individuava questo pubblico nei giovani fino a 34 anni di età, con alta concentrazione di laureati, professionisti e imprenditori. Mentre una fascia ugualmente consistente, dai 25 ai 44 anni, era costituita da coloro che frequentano **Famiglia Cristiana** sia nel formato cartaceo sia in quello digitale.

Quanto pensate possa arrivare a pesare il digitale nel vostro business, sia in termini di audience sia di raccolta pubblicitaria?

Siamo in un momento di forte evoluzione e crescita, indubbiamente il digitale costituirà una parte sempre più importante del nostro business, in questo momento il nostro pubblico è curioso e fortemente interessato ai nuovi mezzi, ma rimane in gran parte ancora legato ai mezzi tradizionali. Il vantaggio offertoci dai nuovi media è di poter non solo offrire qualcosa di nuovo ai lettori fedeli, ma anche di diventare interessanti per chi finora non ci conosce e che scopren-

docci online comincia a seguirci. E' un ambito ancora in costruzione, sul quale abbiamo realizzato esperienze che già ora ci danno indicazioni importanti sulla nostra rotta futura. Ci aspettiamo risultati interessanti a breve.

Web oggi è soprattutto social, mobile e app. Cosa ne pensate?

La parte social è molto importante e le nostre presenze su Facebook, Twitter, **Youtube** etc costituiscono un canale privilegiato di relazione con i nostri lettori e un'occasione preziosa di lancio di nuove iniziative prima impensabili. Ricordo le dirette su Twitter durante eventi come il **Festival di Sanremo** o le celebrazioni del **Family Day** con il Papa a Milano: i canali social diventano dei punti di riferimento cruciali. Sul mondo delle app stiamo sperimentando: abbiamo creato un'app su **Ipad** dedicata ai dieci comandamenti che ha avuto un ottimo riscontro rimanendo prima in classifica nella sua categoria per diverso tempo. Più recentemente abbiamo creato un'app con cui i nostri lettori possono accedere alle versioni digitali delle nostre testate

principali: **Famiglia Cristiana**, **Vivere In Armonia**, **Jesus**, **Il Giornalino** e **GBaby**. Peraltro, grazie al nostro partner **Paperlite**, oltre che da **Ipad** e da device **Android** è possibile accedervi anche via Facebook, e siamo tra i primi in Europa a fornire questa opportunità. I riscontri sono positivi, ma è un terreno su cui i modelli sono ancora da inventare.

La rete per voi è anche un valido strumento di comunicazione pubblicitaria?

Il digitale offre ai messaggi pubblicitari possibilità davvero spettacolari, oltre a un affinamento prima impensabile nel mirare al target. Ma non è detto che chi abita il mondo digitale gradisca sempre e comunque il messaggio pubblicitario. Anche qui stiamo sperimentando insieme a partner di alto livello: **Mrm Worldwide** per la parte creativa e **Perfomedia** come centro media e per la gestione di seo, sem e alcuni progetti speciali come la pagina "Essere Genitori" di Facebook. **Mediamond**, infine, è la nostra concessionaria pubblicitaria.

Dieffe
MEDIA

Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Ufficio Stampa
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria
Editoria

Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Consulenza
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti
Contenuti