

La convention del gruppo editoriale al Grand Hotel Villa Torretta di Sesto San Giovanni

DMedia Group sorride, i numeri sono buoni nonostante la crisi

(pgu) Il Circuito editoriale iNetweek sa navigare bene nella tempesta della crisi. Il primo gruppo di media locali d'Italia, con i suoi 43 giornali distribuiti nel Nord-Ovest, i vari portali verticali che acquistano sempre maggiore autorevolezza sul web, da "Rigagialla" all'ultimo nato "Comincom", fino alle iniziative di marketing che hanno coinvolto migliaia di persone, come il Totobarristi, sta, infatti, reggendo bene il mercato, al contrario di quanto sta succedendo nel resto del mondo dell'editoria. Lo dicono i numeri che **Gianluigi Viganò**, amministratore delegato di DMedia Group, a cui il Circuito iNetweek fa capo, ha presentato durante l'annuale timanali, visti gli andamenti in netto calo dei grandi giornali, ma anche dei quotidiani locali. Ad agosto

2011 la media delle copie vendute settimanalmente dal gruppo tocca quota 167mila contro le 164mila dell'anno precedente con un incremento significativo della parte commerciale della società, svoltasi nei giorni scorsi al Grand Hotel Villa Torretta di Sesto San Giovanni: secondo le stime, rispetto al 2010 i settime-

Le copie vendute sono in aumento, a quota

167mila a settimana, la pubblicità tiene

e il fatturato è in crescita significativo sia nelle edicole (da 154 a 156mila copie) sia per quel che riguarda gli abbonamenti digitali (da 500 a 2.000), mentre erano in calo. I giornali hanno incrementato le vendite, la pubblicità ha tenuto e il fatturato è in crescita. Significativi soprattutto i dati sulla vendita dei settime abbonamenti cartacei (da 7.500 a 6.500). Questo significa che la formula del settimanale, su cui il Circuito iNetweek crede molto, regge bene il mercato. Altrettanto buono lo sviluppo della parte web con 1,9 milioni di pagine visualizzate ogni mese, il decollo delle edizioni digitali dei giornali e l'incremento delle email news, giunte a quota

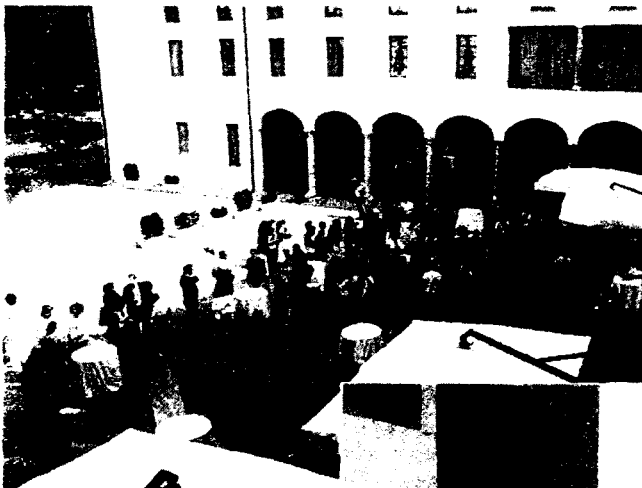
110mila.

Il segreto di questo successo? «La nostra strategia pone il territorio come unico vero punto di riferimento - ha spiegato Viganò - Cerchiamo di interagire con la comunità a più livelli e in più modi, affinché il territorio ci percepisca come il proprio media locale». E, visti i risultati, è una formula che funziona.

L'incontro di Sesto San Giovanni è stato anche l'occasione per premiare con un attestato di partecipazione i giovani che hanno seguito un corso di comunicazione di tre mesi durante il quale hanno imparato tecniche commerciali e comunicative che li potranno aiutare nella loro attività di vendita.



LA CONVENTION DEL CIRCUITO INETWEEK
Alcune immagini dell'appuntamento annuale della parte commerciale del Gruppo DMedia. A sinistra l'ad Gianluigi Viganò che premia uno dei vincitori dei premi messi in palio per l'occasione



I PREMIATI

La convention si è svolta al Grand Hotel Villa Torretta di Sesto San Giovanni ed è stata anche l'occasione per premiare (nella foto a fianco) i giovani che hanno seguito un corso di comunicazione di tre mesi durante il quale hanno imparato tecniche commerciali e comunicative



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

VILLA 12 TORRETTA (hotel)



Redazione: Merate (Lc), via Campi, 29/L - tel. 039.9989.241

e-mail: ineuropa@netweek.it - sito: www.europa-in.it

Questo numero è stato chiuso venerdì 23 settembre alle ore 12

Pubblicità: tel. 039.9989.1 - e-mail: promotion@netweek.it

