



**iab** **italia**  
**2010 | 11**

# editoriale

di Roberto Binaghi

Cari Soci, questo è il primo report IAB Italia che porta la mia firma e giunge al termine di un anno di presidenza davvero intenso e ricco di sfide, ma anche di grandi soddisfazioni e successi per l'Associazione, che è cresciuta ulteriormente e ha visto l'ingresso di nuove importanti risorse all'interno dello staff.

Questi 12 mesi sono stati innanzitutto un periodo di conferme: IAB Italia ha consolidato il suo ruolo di referente primario per la industry dell'advertising digitale, grazie ad una vasta base associativa che rappresenta oramai la quasi totalità delle aziende impegnate in questo mercato.

Ma è stato anche un anno di evoluzione: come hanno dimostrato i grandi successi in termini di partecipazione allo IAB

Forum Milano lo scorso novembre e, più recentemente, allo IAB Seminar, l'online advertising è definitivamente uscito da quella dimensione di nicchia che aveva caratterizzato i primi passi dell'Associazione, oramai oltre 10 anni fa, ed è un tema non soltanto d'attualità, ma addirittura di fondamentale rilevanza strategica per tutti coloro che si occupano di comunicazione d'impresa nel nostro Paese. Un cambiamento di prospettiva

e di ruolo per la nostra industry, che rappresenta, ovviamente, un'eccezionale opportunità per tutti noi: internet è stata infatti finalmente ammessa al tavolo dei grandi e gode ormai di pari dignità rispetto ai media tradizionali.

Ma abbiamo di fronte anche una grande sfida. Nonostante la continua crescita del settore dobbiamo infatti ancora confrontarci con un mercato frenato da limiti di natura strutturale e culturale, in cui gran parte degli investimenti sono ancora catturati da TV e carta stampata, a dispetto di uno scenario mediatico e di abitudini di consumo radicalmente diversi rispetto a qualche anno fa.

Il nostro compito deve essere quindi quello di concentrarci su una più accurata definizione degli standard di mercato e a una razionalizzazione dell'offerta degli operatori, ma anche quello di rinnovarci, senza riposare sui successi ottenuti nel corso dell'ultimo anno. In quest'ottica va letto il nuovo posizionamento di IAB Forum Roma, divenuto IAB Events Roma e completamente rinnovato nella forma e nei contenuti rispetto agli anni passati. E' altrettanto fondamentale proseguire nella diffusione della cultura digitale specialmente attraverso il dialogo con le aziende. Da questo punto di vista, ad esempio con l'organizzazione di workshop formativi dedicati ai manager

c-level con la collaborazione di un partner prestigioso e affermato qual è UPA, il 2011 è iniziato sotto i migliori auspici e proseguirà con numerose iniziative di questo tipo.

Dobbiamo infine coinvolgere sempre più i grandi investitori, con l'obiettivo di integrare il digitale nelle loro strategie di comunicazione sin dalla fase di progettazione. In questo senso, sono invece fondamentali gli appuntamenti mirati a consolidare la rete di relazioni degli associati, come ad esempio IAB Lounge, una serie di incontri di networking avviati solo qualche giorno fa e che proseguiranno per tutto l'anno toccando le principali città italiane.

Sono convinto che, grazie al contributo di tutti voi, nei prossimi mesi riusciremo a raggiungere traguardi ancora più ambiziosi.

Roberto Binaghi  
Presidente Iab Italia



**iab**italia

**1**  
**Non solo risultati strategici...**

**Crescita!**

**I numeri dell'associazione**

Ricavi e soci in aumento

**Formazione**

Workshop UPA/IAB

**Eventi**

E' arrivata la Lounge

**Novità**

IAB Events al via

**Istituzioni**

Public affairs

**Struttura**

Cresce lo staff

**Una nuova sede**

Uno spazio più ampio

**Comunicazione**

Attività di PR

**Benefit package**

**Charity**

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



# Non solo risultati strategici...

Gli ambiziosi obiettivi fissati dal Board di IAB Italia necessitano, per essere raggiunti, di una struttura efficiente e dimensionata in modo corretto. Da fine Gennaio lo staff dell'Associazione conta su due nuovi collaboratori che, fin da subito, hanno saputo portare valore aggiunto. Sempre in un'ottica di crescita IAB Italia si è dotata di nuovi uffici. In aumento anche il numero dei soci e i risultati economici

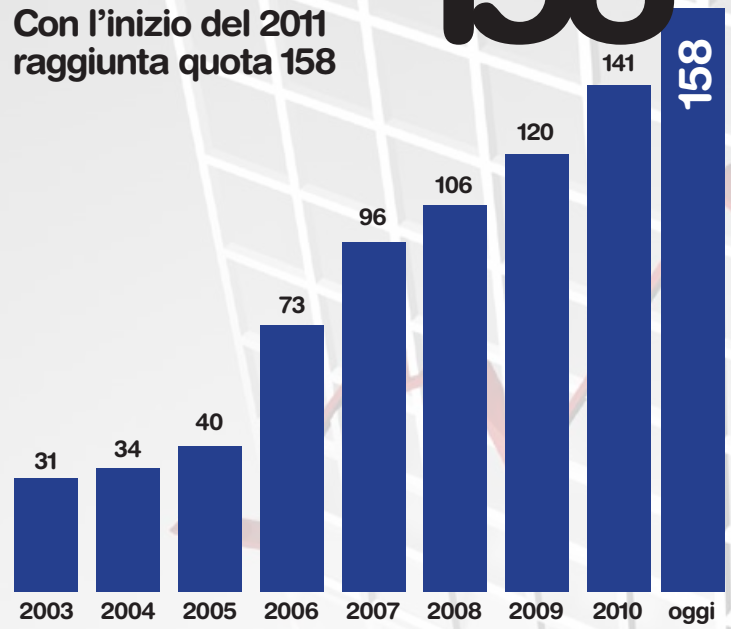
- Alzare l'asticella degli obiettivi richiede per la struttura IAB una precisa strategia di...

# Crescita

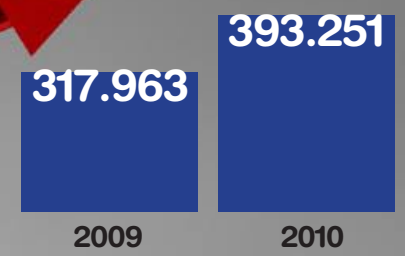
- Cresce ancora il numero dei soci

Con l'inizio del 2011 raggiunta quota 158

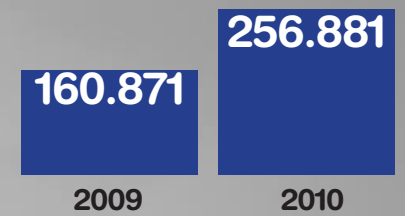
# 158



Cresce il fatturato di IAB Italia



Cresce il fatturato di IAB Italia Servizi



# Formazione

1

2

4

5

6

7

8

9

10

11

12

- **Workshop**
  - Tre i workshop da una giornata organizzati da UPA in collaborazione con IAB al quale hanno preso parte i c-levels delle aziende socie UPA. Ottimi i risultati raggiunti

**85**  
aziende  
raggiunte

**350**  
manager  
presenti



Il Vice Presidente di IAB Italia Salvatore Ippolito durante uno dei workshop organizzati da UPA in collaborazione con IAB

## Eventi

1 2 3

5 6 7 8 9 10 11 12



**iab** milano  
FORUM

**Oltre 10.000**

Iscritti

- Presenza di Chris Anderson
- Concept evento: The Web Is (campagna pubblicitaria + minisito dove ognuno poteva condividere la propria idea)
- Due piani di area espositiva
- Affluenza oltre le aspettative



**iab**  
SEMINAR

**1.000**  
Partecipanti

L'edizione 2011 è stata dedicata ai motori di ricerca, un tema che ha permesso di attirare una moltitudine di manager di aziende investitrici in comunicazione



**iab** italia  
LOUNGE

**5**  
Appuntamenti

Da pochi giorni ha preso il via una nuova iniziativa che ha l'obiettivo di stimolare il networking tra i soci IAB e le aziende sponsor, invitate anch'esse a questi momenti di incontro e confronto



**iab** roma  
FORUM

**1.000**  
Partecipanti

L'edizione 2010 dello IAB Forum Roma ha saputo richiamare una folla di 1.000 partecipanti e rappresenta il momento di incontro della community romana. Per il 2011 una formula tutta nuova



• **IAB Events**

Quest'anno l'evento a Roma si rinnova, assumendo un carattere sempre più distintivo ed esclusivo.

Tre sono gli elementi che lo contraddistinguono:

- **Location centrale – Teatro Capranica in pieno centro dietro a Palazzo Montecitorio**
- **Edizione pomeridiana – dalle 14.30 alle 19.00 per agevolare la partecipazione**
- **Occasione di networking - come chiusura dell'evento IAB offrirà un aperitivo nella cornice di Piazza Capranica al Caffè Vitti, storico locale di Roma**



## • Public affairs

**Nel 2010 l'attività di Public Affairs di IAB si è concentrata principalmente su tre ambiti:**

- Attività sul ddl Comunitaria;
- Attività sull'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;
- Partecipazione all'indagine conoscitiva sulle prospettive di sviluppo della banda larga.

### 1. Attività sul ddl Comunitaria

La Direttiva è stata inserita nel ddl Comunitaria 2010 – la Legge quadro che annualmente contiene le Direttive che il nostro Paese deve recepire nell'anno in corso – attualmente all'esame della Camera dei Deputati (approvato in Commissione Politiche UE – l'esame in Aula è calendarizzato per il prossimo 18 maggio). L'attività portata avanti – in stretto contatto con IAB Europe - in ambito istituzionale da IAB è stata indirizzata sia a livello parlamentare, sia a livello

lo governativo, ossia sulle due principali direttrici dell'attività di recepimento della Direttiva affinché si facesse riferimento al Considerando 66 della Direttiva stessa.

### 2. Attività sull'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)

L'attività di IAB sull'AGCOM è continuata anche quest'anno e principalmente perché l'Autorità ha ampliato i suoi interessi anche al settore della pubblicità (anche on line), avviando una indagine conoscitiva ad hoc.

IAB ha partecipato, lo scorso 12 ottobre, all'indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria.

La partecipazione all'indagine è stata finalizzata a far comprendere il reale valore dell'advertising on line rispetto alla creazione di campagne sui media classici, non solo sotto un aspetto di efficacia, ma anche di economicità e a far capire come la pubblicità su internet sia sicuramente un

elemento di interesse e di opportunità per le Aziende che si affacciano sul mercato e che vogliono concorrere a livello internazionale.

### 3. Partecipazione all'indagine conoscitiva sulle prospettive di sviluppo della banda larga

Nel marzo del 2011 sono iniziate, presso la Commissione Lavori pubblici del Senato della Repubblica, due iniziative di nostro particolare interesse:

- indagine conoscitiva sulle prospettive di sviluppo della banda larga
- avvio dell'esame dei ddl sulla Neutralità della Rete

Grazie alla partecipazione all'indagine conoscitiva – prevista per inizio maggio - IAB metterà in rilievo l'importanza, per il Paese, di avere a disposizione un'adeguata infrastruttura in banda larga che possa risolvere il problema del Digital Divide e che permetta al mercato dell'advertising on line di continuare a crescere e a svilupparsi.



- **Cresce lo staff di IAB Italia**

Da pochi mesi l'Associazione può contare su nuove figure professionali con l'obiettivo di migliorare il servizio ai Soci e poter dare risposta alla forte crescita che ormai da anni caratterizza l'attività di IAB Italia.

In particolare si concentreranno su:

- **Pubbliche relazioni**
- **Marketing**
- **Eventi**



- Via Larga 23

La crescita prevista per i prossimi anni ha imposto la ricerca di uno spazio più ampio dove, ovviamente, i Soci saranno sempre i benvenuti. La sede di IAB Italia rimane comunque in via Larga, storica via delle associazioni milanesi, ma cambia il civico, dal 13 siamo passati al 23.





## • Attività di PR

### N° totale articoli

**oltre 850** di cui 350 relativi allo IAB Forum 2010  
di cui 91 articoli pubblicati sulla stampa nazionale (agenzie, quotidiani e allegati, quotidiani online, radio, TV, periodici business)

### Comunicati stampa realizzati e diffusi

**38**

### N° interviste e opportunità editoriali

**108** di cui 39 allo IAB Forum 2010

### N° giornalisti presenti agli eventi

**300** di cui 19 allo IAB Forum di Roma, 16 allo IAB Seminar 2010, 250 a IAB Forum 2010, 15 allo IAB Seminar 2011

### Selezione di best articles cartacei

- La Repubblica, La Pubblicità Online vuole conquistare le imprese - 24 maggio 2010
- La Repubblica Affari & Finanza, I servizi web gratuiti generano un valore di 100 miliardi di euro - 27 settembre 2010
- Il Sole 24 Ore, Gli spot su internet verso quota 3 miliardi - 3 novembre 2010
- QN, La ripresa naviga online - 5 novembre 2010
- Il Corriere della Sera, 7 professionisti su 10: nella comunicazione il lavoro crescerà online - 5 novembre 2010
- Business People, Sarete voi a cercarci - gennaio 2011
- Il Sole 24 Ore, Con la pubblicità online in Italia servizi gratuiti per 5,6 miliardi - 28 marzo 2011
- Il Sole 24 Ore, Rincorsa agli USA sugli spot web - 5 giugno 2010
- La Repubblica Affari & Finanza, La Pubblicità Online riprende la corsa - 1 novembre 2010
- La Repubblica, La comunità lombarda che domina internet - 4 novembre 2010
- Corriere.it, Banda larga: appello agli enti locali - 5 novembre 2010

## Più valore per i soci Servizi e facilitazioni

### • Benefit package

**La prima ragione per associarsi a IAB Italia è la volontà di impegnarsi per la crescita del mercato, ma ora per i soci sono disponibili una serie di servizi e facilitazioni che riuniti rappresentano il benefit package, un vantaggio concreto**

- Rassegna stampa
- Sconti su AdEx – banca dati investimenti pubblicitari mezzo internet
- Partecipazione agli eventi di The Ruling Companies: Associazione non profit che ha l'obiettivo di promuovere una seria cultura d'impresa, avanzata e adatta ai tempi attraverso incontri in grado di fornire valore aggiunto in termini di: "finestra strategica"; "opportunità di riflessione"; "conoscenza dell'ambiente esterno"; "qualità dei panelisti e dei partecipanti"; "livello delle discussioni"; "scambio di esperienze" con speaker, di volta in volta, grandi esperti - italiani o stranieri - noti professionisti e consulenti, operatori d'impresa
- I Soci IAB, hanno l'opportunità di partecipare gratuitamente a 3 incontri a scelta organizzati da The Ruling Companies nell'arco dell'anno (due persone massimo per azienda per ogni incontro)



### • Esempi di servizi gratuiti

**Rassegna Stampa  
Sconti  
Networking**

- TVN Media Group: ogni Socio IAB ha a disposizione una pagina pubblicitaria gratuita da inserire su Today Pubblicità Italia. L'offerta è valida fino al 31.12.2011 ed è esclusivamente dedicata ai Soci IAB e non cedibile a terzi
- Mediajobs:
  - IAB Italia ha concluso una partnership con [www.mediajobs.it](http://www.mediajobs.it), importante network internazionale dell'online recruitment focalizzato esclusivamente nei settori ed ai ruoli MKTG/Media ed Entertainment.
  - In particolare per i Soci IAB è stato concordato uno sconto del 25% sul prezzo di listino per i servizi offerti da Mediajobs
 Presso la segreteria di IAB è

disponibile una presentazione che descrive le attività di Mediajobs e i servizi riservati ai Soci con una sintesi delle metodologie utilizzate

- Master IAB: possibilità per le aziende associate di usufruire in via prioritaria di eventuali stagisti e partecipare alle docenze
- Dati investimenti pubblicitari online
  - Invio mensile dati dichiarati FCP Assointernet NMR
  - Coinvolgimento periodico delle concessionarie associate IAB e stima dei dati non dichiarati; previsioni per il futuro
  - I dati sono sempre disponibili presso la segreteria

## Più valore per i soci Servizi e facilitazioni

- Occasioni di networking e incontro: IAB Lounge, cena natalizia, meeting informale operatori mercato romano
  - Coinvolgimento e possibilità di partecipazione ai gruppi di lavoro aperti e possibilità di proporre l'apertura di nuovi gruppi di lavoro inerenti temi e argomenti non coperti dal range strutturale attuale
  - IAB Europe:
    - Disponibilità di ricerche, documenti e dati di natura europea e internazionale
    - Sconto per partecipazione a Interact, evento europeo organizzato da IAB Europe
  - IAB Forum Milano e IAB Events a Roma:
    - Periodo di prelazione per disponibilità area espositiva rispetto ad aziende non associate a IAB
    - Sconto del 10% sul listino per l'acquisto di uno stand/workshop (entro una data prestabilita)
  - IAB Seminar, evento annuale
- verticale su tematiche specifiche:
- Sconto per la sponsorizzazione dell'evento rispetto ad aziende non associate
- Pamphlet: possibilità di presentare proprie case history per le pagine della pubblicazione ufficiale di IAB Italia che viene distribuita a IAB Forum e ad altri eventi in partnership e resa disponibile sul sito istituzionale dell'Associazione.
  - Partecipazione a eventi a pagamento patrocinati da IAB con sconto medio del 20% sul costo dell'ingresso o sul pacchetto espositivo.
  - Area riservata (attuale) del sito: possibilità di reperire i verbali delle riunioni del Consiglio Direttivo
  - Disponibilità di informazioni generali sul mercato e sui vari segmenti dello stesso (la segreteria risponde sempre e tempestivamente a numerose richieste di questo tipo che arrivano dai Soci)





- **Charity**

In questi due anni IAB Italia ha sostenuto Karibuni onlus - [www.karibuni.org](http://www.karibuni.org) - l'Associazione dedicata ad aiutare i bambini del Kenya con diversi progetti di formazione e di microimprenditorialità.



contatti



**I.A.B Italia**  
Interactive Advertising Bureau

Via Larga, 23 - 20122 Milano

Tel.: 02.58320694  
e-mail: [info@iab.it](mailto:info@iab.it)