

## COMUNICATO STAMPA

### Sky Italia e Discovery Italia entrano in IAB Italia

*L'ingresso dei due operatori s'inquadra nel contesto evolutivo di convergenza di mercato televisivo e mondo digitale*

Milano, 1 aprile 2014 – IAB Italia annuncia l'ingresso di Sky Italia e Discovery Italia in qualità di soci.

La scelta dei due big player del mercato televisivo italiano di aderire a una delle principali associazioni di riferimento nell'ecosistema digitale, si inserisce nel quadro dello scenario evolutivo dei media.

Il mercato registra, infatti, una crescente convergenza tra piattaforme di distribuzione e contenuti, che si evolvono per rispondere alle nuove esigenze e abitudini di fruizione personalizzata dei consumatori. Nel contesto attuale del nostro Paese la televisione rappresenta ancora il media più amato, ma è affiancata da un sempre maggiore utilizzo di internet e da una crescente partecipazione dei consumatori nell'ecosistema digitale, che stanno profondamente influenzando le modalità di fruizione dei contenuti tv e rendendo l'utente sempre più evoluto, multi-screen e *autore* del proprio palinsesto.

**Carlo Nosedà**, Presidente di IAB Italia, commenta: *"La convergenza tra i media? E' legata al comportamento delle persone, che interagiscono sempre più direttamente con i contenuti, nelle modalità, nei tempi, nei luoghi e dai device che preferiscono, condividendoli e commentandoli in tempo reale. In questo scenario, - prosegue Nosedà - l'adesione di Sky Italia e Discovery Italia rappresenta non solo un significativo riconoscimento delle potenzialità del web da parte di due importanti player che si rivolgono al grande pubblico in modo innovativo, ma anche una conferma del ruolo sempre più centrale di IAB quale portavoce degli interessi di tutti coloro che operano a diverso livello nell'universo digitale".*

*"La nostra adesione a IAB Italia è un passo naturale che rispecchia il nostro modello di business. Un modello che vede il Digital e la convergenza come elementi portanti della nostra strategia sia editoriale sia commerciale",* dichiara **Luca Poggi, Brand Partnership Director Discovery Italia**. *"L'interazione con il nostro pubblico avviene su tutte le nostre piattaforme e mira a creare un dialogo continuo. Le nostre Franchise e i nostri Brand vivono sulle piattaforme digitali amplificando ulteriormente l'esperienza dei nostri utenti diventando così sempre più rilevanti. Il Digital per noi è un asset fondamentale, che sta alla base della grande crescita di Discovery in Italia e che sarà sempre più centrale nelle nostre strategie future".*

*"Viviamo in un mercato in continua evoluzione, in cui gli operatori competono in un contesto sempre più omogeneo e con sempre meno distinzioni tra media "tradizionali", broadcaster e universo di internet",* ha dichiarato **Aldo Agostinelli, Head of Digital Marketing & Sales di Sky Italia**. *"L'apertura di IAB Italia a questo scenario nuovo è un segnale importante perché rappresenta un passo avanti verso il pieno riconoscimento del cambiamento in atto. Sky, da sempre tra i principali promotori di innovazione tecnologica, offrirà anche all'interno di IAB il proprio contributo per promuovere la diffusione della cultura digitale e di un suo ruolo sempre più rilevante all'interno del contesto economico".*

## **IAB Italia**

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media.

Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa.

Ufficio stampa IAB ITALIA

Antonella Violante - [antonella.violante@bm.com](mailto:antonella.violante@bm.com)

Teresa Munaò – [teresa.munao@bm.com](mailto:teresa.munao@bm.com)

Burson Marsteller - Tel. 02 72143.1