



IAB Italia insieme a IAB Europe presenta la “Programmatic Advertising Survey”

Il Programmatic si conferma un trend sempre più strategico per la crescita della pubblicità online

Milano, 12 maggio 2015. IAB Italia, nell’ambito delle attività congiunte con IAB Europe, presenta la Programmatic Advertising Survey, una ricerca internazionale che ha l’obiettivo di acquisire una conoscenza completa sulle attitudini di Brand Advertiser, Agenzie e Publisher nei confronti del Programmatic advertising e di illustrarne le modalità di adozione attuali.

Le 23 domande della survey mirano anche a tracciare le linee guida per la crescita di questo segmento, che contribuiranno alla realizzazione di un **White Paper sul Programmatic**. Il White Paper sarà poi anche la base del Webinar sul Programmatic, promosso da IAB Europe sempre in collaborazione con IAB Italia, che si terrà a giugno e che fornirà alcune indicazioni su come sviluppare una strategia di programmatic advertising sia dal punto di vista dell’editore sia dal punto di vista dell’advertiser.

Il Programmatic si conferma quindi un trend strategico per il mercato dell’advertising online, nel 2014 infatti ha registrato una crescita degli investimenti pari a 110 milioni di euro (+ 120%). Anche nel 2015 IAB Italia continuerà a occuparsi del tema, con un **Seminar dedicato** che si terrà a **Milano il 13 ottobre**.

È possibile rispondere alla survey a questo [link](#) entro il 31 maggio.

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

Maria Abbatescianni - maria.abbatescianni@bm.com

Burson Marsteller - Tel. 02 72143.1