

### IAB Forum 2015:

**in Italia l'Internet advertising registra un altro anno record con una crescita a doppia cifra (+10%) e arriva a valere il 30% di tutto il mercato pubblicitario**

### Inizia l'era dell'Advertising of Things

*IAB Italia presenta la IAB Certification,  
la piattaforma che certifica le conoscenze professionali*

**Milano, 1 dicembre** – IAB Forum 2015, il più grande evento italiano dedicato al mondo della comunicazione digitale che si tiene oggi e domani presso il MiCo - Milano Congressi - Ala Sud, presenta un mercato della pubblicità su Internet in salute per il 7° anno di seguito. I dati dell'*Osservatorio Internet Media della School of Management del Politecnico di Milano e IAB Italia* confermano ancora una volta **una crescita del mercato a doppia cifra, registrando un + 10% rispetto al 2014, con un aumento di 202 milioni rispetto allo scorso anno**. Il mercato dell'Internet advertising, giunto a quota **2,15 miliardi di €**, ora vale il **30% del totale investimenti pubblicitari sui media** (pari a 7,2 miliardi di € includendo tv, stampa, radio e Internet) ed entra quindi in una fase in cui vi è piena consapevolezza delle potenzialità degli strumenti digitali, sia da parte degli utenti, sia delle aziende nei loro modi di promuovere brand e prodotti.

Il Forum si è aperto con l'analisi del mercato di **Carlo Nosedà** e **Michele Marzan**, rispettivamente **Presidente e Vice Presidente di IAB Italia**. I dati presentati sono il primo risultato della collaborazione iniziata lo scorso autunno **con gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, partner scelto da IAB Italia per una lettura attenta e ragionata del mercato**. L'intervento di **Marta Valsecchi, Direttore dell'Osservatorio Internet Media della School of Management del Politecnico di Milano**, ha descritto la situazione della Industry, fornendo una visione generale dei numeri del mercato e dei principali trend in atto che contribuirà a guidare i player del settore a compiere le scelte strategiche per operare più efficacemente e per far crescere questo settore in continua trasformazione.

**Marco Girelli, Consigliere di Amministrazione Audiweb e Vicepresidente AssoCom**, ha presentato invece i dati italiani sull'audience di Internet. Un focus utile a delineare al meglio i target di riferimento della Industry e che ha confermato il successo del Mobile. La total digital audience – nel giorno medio – raggiunge una reach di 21.6 milioni di italiani e il dato da mobile tocca 17.5 milioni di utenti, con un incremento pari al 6.5% in un anno e il 71.5% del tempo totale trascorso online in mobilità.

## COMUNICATO STAMPA

*"Siamo ormai immersi in una nuova quotidianità digitale, in cui Internet e la tecnologia hanno trasformato abitudini e stili di vita: dalle nostre relazioni sociali alla professione; dal tempo libero, ai consumi. In questo scenario, che vede consumatori sempre più esigenti - abituati alla velocità d'azione e ad essere protagonisti della comunicazione - ed aziende che utilizzano gli strumenti digitali con sempre maggiore consapevolezza, l'advertising non è più un mondo a sé ma è incluso in ogni attività. Siamo nell'era dell'Advertising of Things, in cui consumatori e brand interagiscono in un ecosistema di touch point interconnessi"* ha commentato **Carlo Nosedà, Presidente di IAB** *"Guardiamo con interesse a tutte le iniziative istituzionali del Governo Italiano e siamo pronti a raccogliere le sfide insieme ai nostri associati che sono il vero motore digitale del nostro Paese"*. Ha concluso Nosedà.

*"Anche nel 2015 il mercato cresce a due cifre, al di sopra delle aspettative di inizio anno", afferma **Marta Valsecchi, Direttore dell'Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano e partner di IAB Italia**. "Si confermano alcuni grandi trend, come Social, Video, Mobile e Programmatic Adv. A trainare il mercato sono soprattutto i social network, che registrano un incremento del 63% rispetto al 2014 e sono responsabili di oltre metà della crescita complessiva. Al secondo posto come driver di crescita si confermano i Video (+19 % sull'anno passato) che crescono sia su Mobile sia su PC, mentre al terzo posto si piazza la Search che continua a crescere (+5% nel 2015). Guardando alla prospettiva dei device, il Pc è sostanzialmente stabile (+1%) mentre gli investimenti pubblicitari su Smartphone crescono di ben il 54%, passando da 293 milioni a 452 milioni di euro, ovvero oltre un quinto del totale dell'Internet Advertising. Ed è solo l'inizio: le potenzialità di crescita del Mobile sono ancora molto elevate. Infine il Programmatic Advertising, ossia l'acquisto di spazi tramite piattaforme automatizzate, cresce del 113% arrivando a quota 234 milioni di euro (19% del display advertising)."*

La mattinata di lavori è poi continuata con gli interventi di approfondimento sulla Industry all'insegna del claim di IAB Forum 2015, che nella prima parte si occupa di *Learn*. La giornata del 2 Dicembre sarà invece dedicata in parte al *Learn* con già un occhio al *Do*, con interventi in grado di ispirare la platea e consigliarla nel mettere in atto suggerimenti e consigli a 360°, per poter cogliere tutti gli aspetti del Digitale entrati ormai a far parte della vita quotidiana. Gli interventi dei due giorni aiuteranno i protagonisti della Industry e non a raggiungere la fase del *Become*, a dimostrazione di un settore in costante evoluzione e trasformazione.

**Ferdinando Buscema, Magic Experience Designer**, ha fatto vivere un'esperienza al pubblico per preparare la platea alla ricca giornata di incontri.

**Simone Battiferri, Direttore Business Telecom Italia-TIM**, si è interrogato sugli sviluppi del Digitale in Italia mentre sul trend più promettente della Industry, il Programmatic Advertising che anche quest'anno segna una crescita record, è intervenuto **Frédéric Bellier, Managing Director SEMEA RadiumOne**. Sui trend Mobile e Platform, sempre in crescita ed essenziali per la Industry, si sono interrogati **Frederic Joseph, Global COO & UK CEO S4M** e **Graham Moysey, Head of AOL International**.

**Aldo Agostinelli, Digital Marketing & Sales Director SKY Italia** e **Gabriele Mirra, Chief Operating Officer Italiaonline**, hanno offerto al pubblico di IAB Forum i loro suggerimenti per fare sistema a testimonianza della volontà di due operatori nazionali di lavorare in sinergia per ottenere risultati importanti.

Del tema strategico della fiducia dei consumatori e del "connected commerce" ha parlato **Alessandro Coppo, Vice President, General Manager, eBay Classifieds Group**.



## COMUNICATO STAMPA

Gli **Youtuber Creator Federico Clapis, Favij e Leonardo Decarli**, hanno discusso insieme a **Luca Casadei, Founder & CEO Webstars Channel**, di Game Therapy, un vero e proprio progetto multimediale di comunicazione in grado di mostrare la forza della rete. Gli Youtuber Creator rappresentano infatti un modo nuovo di fare Adv online, grazie anche agli importanti numeri dei loro follower. I quattro protagonisti del film - Favij, Decarli, Clapis e Zoda - contano insieme un totale di oltre 2,4 milioni di fan su Facebook e oltre 3,4 milioni di iscritti su YouTube. Sul tema dello storytelling è invece intervenuto **Renato Coen**, Responsabile Esteri e Reportage SkyTg24.

La mattinata di lavori è stata chiusa da **Stefano Portu, Consigliere IAB Italia** e da **Daniele Sesini, Direttore Generale IAB Italia**, che hanno presentato in anteprima l'iniziativa **IAB Certification**, una piattaforma di formazione certificata messa a disposizione degli operatori del mercato per garantire professionalità e continuo aggiornamento. Le prime certificazioni disponibili sono quelle legate agli ambiti Sales e Adoperation.

Sponsor dell'evento sono **Kijiji - Gruppo Ebay, RadiumOne, SKY e TIM**, come **Diamond Sponsor**, mentre **AOL, Ligatus, Next Fourteen, OVH.it, Rocket Fuel, Zodiak e ItaliaOnline** sono **Platinum Sponsor**. Radio ufficiale del Forum 2015 è **105 Network**.

È possibile seguire il Forum via streaming sul sito [www.iabforum.it](http://www.iabforum.it)

### Informazioni su 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

Maria Abbatescianni – [maria.abbatescianni@bm.com](mailto:maria.abbatescianni@bm.com); Alessia Quaglio – [alessia.quaglio@bm.com](mailto:alessia.quaglio@bm.com) Burson Marsteller - Tel. 02 72143.1

### Per informazioni sui dati di mercato e sui dati dell'Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia

#### Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio

Tel.: 02 2399 9578

email [barbara.balabio@polimi.it](mailto:barbara.balabio@polimi.it)

Skype barbara.balabio

[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

#### Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi – Marco Ferrario

[marisandra@mirandola.net](mailto:marisandra@mirandola.net) – [marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)

Tel.: 0524/574708 - 348/3615042 – 320/7910162

Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3