

### IAB FORUM 2017: L'ECONOMIA DIGITALE IN ITALIA DA' LAVORO A OLTRE 600.000 PERSONE E VALE 80 MILIARDI DI EURO

*Anche gli investimenti in digital advertising tornano a crescere a doppia cifra (+12%), trainati soprattutto dal video advertising sui social*

Milano, 29 novembre 2017 – L'**economia digitale** è sempre più strategica per l'Italia: secondo la ricerca realizzata da IAB Italia e EY, per il secondo anno, vale ben **58 miliardi di Euro** (+9% rispetto allo scorso anno) e **occupa 253.000 persone** (con una crescita del 15%). Allargando l'orizzonte e andando a prendere in considerazione **il valore che il digitale porta alla vita reale** in termini di aumento nei consumi e di investimenti da parte dei player digitali su altri canali, arriviamo ad un valore complessivo di **80 miliardi** di Euro, con oltre **600.000 persone** occupate nel settore stesso o in altri servizi direttamente connessi.

Restringendo il campo alla sola **pubblicità digitale**, si nota che **gli investimenti tornano a crescere a doppia cifra** e registrano un **aumento del 12%**, raggiungendo i **2,65 miliardi di euro**.<sup>1</sup>

Sono questi i principali risultati annunciati dal palco di **IAB Forum**, il più importante evento italiano sulla comunicazione digitale, che si svolge oggi e domani (29 e 30 novembre) al MiCo, Milano.

*"Il digitale in Italia è in grado di creare valore e, soprattutto, di creare occupazione: i risultati che abbiamo visto oggi ce lo confermano ancora una volta. Anche gli investimenti pubblicitari ci mostrano un mercato dell'advertising online sano e in crescita e questo è un ottimo segnale, sia per il nostro presente che per il nostro futuro. Come Associazione a rappresentanza di una delle principali Industry che trainano il PIL italiano, siamo impegnati a promuovere la professionalità e la qualità, a beneficio dei brand, degli utenti, e, non da ultimo, delle aziende, grandi e piccole, che fanno il successo di questo settore"* ha dichiarato **Carlo Noseda**, Presidente di **IAB Italia**.

---

<sup>1</sup> Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia

## COMUNICATO STAMPA

*“È entusiasmante lavorare in un’epoca in cui **l’evoluzione tecnologica**, driver cruciale per accrescere la competitività e per soddisfare gli utenti, in primis i nativi digitali, ci permette di esprimere in modo davvero innovativo la grande creatività italiana. Sono convinto che, facendo sistema e mettendo a disposizione di tutti gli **strumenti formativi** adeguati, ci siano le condizioni per compiere l’accelerazione di cui questo Paese ha bisogno”.*

### LA RICERCA IAB / EY SUL VALORE DELL’ECONOMIA DIGITALE IN ITALIA

L’economia digitale in Italia è in grado di generare un indotto di **25 euro per ogni euro investito**, con effetti benefici sull’economia e sull’occupazione. Il valore del **digitale a perimetro ristretto**, cioè considerando solo gli investimenti in attività del tutto digitali, è di **58 miliardi di Euro** e aumenta del **9% rispetto** all’anno precedente. La pubblicità online, assieme all’e-commerce, sono i due comparti che stanno maggiormente contribuendo alla crescita dell’intero settore, con un accrescimento, rispettivamente, del 19% e del 10% rispetto allo scorso anno.

Commenta **Andrea Paliani**, Mediterranean Advisory Services Leader di **EY**: *“Il digitale è un alleato prezioso per il marketing e la comunicazione: quest’anno gli investimenti media nel digitale sono infatti in forte crescita rispetto al 2016. Crea valore chi è in grado di veicolare contenuto rilevante e coerente nell’interazione multicanale, chi crea ingaggio attraverso una relazione biunivoca di lungo termine con i consumatori, i follower, gli influencer e con le community e chi ne capitalizza in real-time i feedback. Sono fermamente convinto che occorra, quindi, avere un approccio integrato tra customer journey, multicanalità, branding e advertising. Come emerge dalla ricerca IAB / EY, l’attuazione di tali strategie genera un incremento di brand perception (fino a +15%), di vendite (fino a +5%,) di maggiore capacità nel rispondere a esigenze di servizio dei consumatori (fino a +70% claim risolti tramite i social) e investimenti più efficienti (fino al +20%) anche in innovazione di prodotto e servizio.”*

**Ciò che cresce maggiormente è il numero degli occupati nel digitale**, che passa (sempre considerando il perimetro ristretto) **da 220.000 a 253.000**, con un aumento **del 15%**. Vediamo che l’occupazione ha un aumento maggiore rispetto al valore economico: questo perché il processo di digitalizzazione delle competenze è più veloce e leggermente anticipato rispetto a quello dei ricavi.

## COMUNICATO STAMPA

Se si considera che il digitale ha una forte influenza sui consumi, in quanto è in grado di creare nuove abitudini e bisogni – basti pensare al mondo delle app per la consegna di cibo – e che le imprese del settore digitale stanno estendendo i propri investimenti pubblicitari anche al di fuori dei canali online (ad esempio alla TV e alla radio), si può fare una **valutazione** più veritiera, **a perimetro allargato**. Il **valore dell'economia digitale** sale, quindi, **a 80 miliardi** e si stima un'occupazione per **600.000 persone**, con professionalità anche non digitali ma che con il loro lavoro contribuiscono allo sviluppo del settore.

Il settore del digitale a perimetro ristretto vale quasi quanto il settore dell'automotive mentre, considerando il perimetro allargato, si avvicina al valore del comparto dell'energia, due ambiti storicamente fondamentali per il sistema economico del nostro Paese.

### GLI INVESTIMENTI IN PUBBLICITA' ONLINE – OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO E IAB ITALIA

A spingere l'incremento a doppia cifra della raccolta pubblicitaria online è l'**advertising sui social network** e, in particolare, l'**advertising video sui social**, che pesa ora quasi la metà del totale su questo canale. La **pubblicità su smartphone** cresce ancora molto (circa del +40%), ma raccoglie meno del 40% del mercato totale dell'Internet advertising, a fronte di una quota di tempo speso sul canale mobile del 64%.

È un mercato sempre più concentrato, con un peso fortissimo dei grandi player internazionali (Google e Facebook in primis), che hanno il vantaggio di avere enormi quantità di informazioni sugli utenti online e di riuscire a raggiungere grandi audience.

Dal punto di vista dei formati pubblicitari, la **display advertising** rappresenta la parte più importante, come gli scorsi anni, con **un peso pari al 60%** dell'intero settore, un valore complessivo di circa 1,6 miliardi e una crescita del 17% rispetto al 2016. Segue la **search**, con il **29%** sul totale e un valore di 770 milioni di euro (+5% vs 2016). Il terzo formato più diffuso è il **classified advertising** (**8%** sul totale) che supera i 210 milioni di euro (+ 7% vs 2016). Tra le altre componenti troviamo l'**email advertising**, che vale poco più di 30 milioni di euro (+ 3% vs 2016) e il **native advertising** che, nelle sole componenti di Recommendation Widget e In-feed Unit (social network esclusi), è pari a circa 40 milioni di euro (+27% vs 2016).



## COMUNICATO STAMPA

Il mercato del **programmatic advertising** è cresciuto, con un peso sul totale degli investimenti online advertising che passa dal 13% al 15% e un valore del 25% sul totale display advertising (nel 2014 era solo il 10%). Il Programmatic vale circa 400 milioni di euro e vede una forte spinta soprattutto grazie agli spazi video, che dal 2017 sono stati venduti in maniera importante sulle piattaforme programmatiche, arrivando a pesare ben oltre il 30% del valore del mercato.

Per Info: [www.iab.it](http://www.iab.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**

Alessia Quaglio – [alessia.quaglio@bm.com](mailto:alessia.quaglio@bm.com)

Davide Pagnanelli – [davide.pagnanelli@bm.com](mailto:davide.pagnanelli@bm.com)

Burson Marsteller

Tel. 02 721431