



IAB FORUM

ANNUNCIATO UN 2018 DI GRANDI EVENTI E NUOVE OFFERTE FORMATIVE, A CONCLUSIONE DI UN'EDIZIONE FOCALIZZATA SULLE TECNOLOGIE PIU' AVANZATE E SUI POST MILLENNIALS

IAB Italia presenta i programmi per il nuovo anno, tra cui un contest per il monitoraggio dei KPI di qualità

Milano, 30 novembre 2017 – Grande affluenza a IAB Forum 2017, il principale evento italiano sulla comunicazione digitale, che si è concluso oggi.

Un'occasione per discutere del digitale a tutto tondo: trend di mercato e impatto sull'economia reale, evoluzione dei consumi, della fruizione dei mezzi di informazione e della pubblicità, e le tecnologie più avanzate in ambito intelligenza artificiale, robotica e realtà virtuale. Focus di questa edizione è stato il tema dei **post millennials**, una generazione nata in un mondo già digitale, molto difficile da fidelizzare e non facile da approcciare per i comunicatori, ma che apprezza fortemente le infinite possibilità connesse alle nuove tecnologie.

IAB Italia ha aperto i lavori del secondo giorno del Forum presentando il programma per il 2018. *“Stiamo chiudendo un anno proficuo ma anche molto impegnativo, per il mercato e per la Nostra Associazione, che ci ha visto attivi su diversi fronti. Abbiamo lavorato intensamente per incrementare il confronto con le istituzioni italiane e europee, per accrescere la qualità e la portata dei nostri eventi e per espandere l'offerta formativa”* ha commentato **Daniele Sesini**, Direttore Generale di **IAB Italia**. *“Durante il prossimo anno, potenziaremo ancor più tutti questi ambiti focalizzandoci, per quanto riguarda gli eventi, su tre grandi manifestazioni: Milano Digital Week (una settimana di eventi in cui la città si aprirà al digitale), Interact 2018 (il più prestigioso evento itinerante di IAB Europa, affidato a IAB Italia per il 2018) e IAB Forum (14 - 15 novembre). Ci saranno anche due novità: le Digital Breakfast - appuntamenti di networking che organizzeremo nel corso dell'anno - e uno IAB Seminar dedicato alla piazza romana. Sul fronte della formazione, stiamo lanciando la nuova IAB Digital Academy, un'offerta di formazione certificata sui temi dell'advertising e del digital marketing, personalizzata sulle esigenze delle diverse imprese. Organizzeremo a breve, poi, un contest che ha l'obiettivo di definire e monitorare KPI univoci per certificare la qualità delle audience italiane.”*



In un contesto in cui il digitale pervade sempre più ogni ambito della vita quotidiana, Il Forum è stato, inoltre, un'occasione privilegiata per capire quanto l'intelligenza artificiale stia cambiando il mondo del giornalismo: l'intervento di **Jeff Kofman**, Ceo e Co-Founder di **Trint**, ha mostrato come la possibilità di ottenere trascrizioni di qualità in tempo reale, grazie appunto all'AI, agevoli nettamente la pubblicazione di contenuti multimediali su molteplici piattaforme. **Matteo Arpe**, ideatore e fondatore **Tinaba**, si è focalizzato, invece, sulle nuove frontiere della Blockchain, che stanno trasformando il modo di effettuare transazioni monetarie e finanziarie.

Si è parlato, poi, di quanto il digitale possa influenzare gli equilibri politici mondiali, con gli interventi di **Alexander Nix**, Ceo di **Cambridge Analytica** - società di analisi per ottimizzare la distribuzione dei messaggi alle diverse audience - e di **Julian Assange**, celebre giornalista e co-fondatore di **WikiLeaks**, che ha condiviso la sua esperienza sulla diffusione dei contenuti online e sulla tutela della privacy dei dati.

IAB Forum 2017 è stato patrocinato dal Comune di Milano. Sponsor di questa edizione sono stati BMW, ComScore, Enel, Pirelli, Qwant, Sky e The Digital Box (in qualità di sponsor Diamond); Assist, Caffaina, EY, ItaliaOnline, Ligatus, Mediamond, Oath, Ovh, Phd e Sizmek (in qualità di sponsor Platinum).

Per Info: 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

Davide Pagnanelli – davide.pagnanelli@bm.com

Burson Marsteller

Tel. 02 721431