

Arriva per la prima volta a Milano INTERACT: l'appuntamento europeo per eccellenza con il digital advertising.

Organizzato in collaborazione con IAB Italia, l'evento più importante di IAB Europe si focalizzerà su **GDPR, e-Privacy e nuove tecnologie.**

Un confronto su un'industria che contribuisce allo sviluppo dell'economia dell'UE con oltre 526 miliardi di euro all'anno.

Milano, 5 aprile 2018 –Interact 2018, l'appuntamento più importante di IAB Europe, si terrà a Milano il prossimo 23-24 maggio presso SuperStudio Più. “DISRUPT. ADAPT. REINVENT.” è il claim di quest'edizione dedicata ad approfondire un settore, che, mai come prima di ora, si trova di fronte a un punto di svolta epocale.

“La nostra industry – commenta Carlo Nosedà, presidente IAB Italia – vive un momento senza precedenti. Il digital advertising infatti, ha concesso un ruolo sempre più importante ai dati e alle nuove tecnologie, permettendo una maggiore ottimizzazione delle campagne di comunicazione. Ciò ha comportato una crescita significativa del mercato, e al tempo stesso un'inevitabile complessità della filiera che oggi richiede maggiore trasparenza e qualità nell'operato di tutti gli attori coinvolti. Due temi centrali che verranno discussi per la prima volta all'interno di un contesto europeo con leader riconosciuti a livello internazionale”.

Saranno due giorni all'insegna di dibattiti sui temi più attuali e centrali del marketing digitale tra cui GDPR, e-Privacy e nuove tecnologie. Organizzato per la prima volta in collaborazione con IAB Italia, accoglierà interventi di ospiti di rilievo come **Evgeny Morozov**, *massimo esperto di nuovi media, giornalista e sociologo critico verso le piattaforme digitali e il loro impatto sociale*, **Giovanni Buttarelli**, *garante europeo per la protezione dei dati personali*, **Randall Rothenberg**, *Presidente e CEO IAB US*, **Franck Sineau**, *Media Group Director Richemont*, **Barbara Sala**, *CSE Connection e Media Director Coca-Cola Italia*, **Ben Sutherland**, *Chief Digital Officer Diageo*, **Bastien Parizot**, *Global Head of Consumer Engagement & Personalization Nestlé*, e tanti altri che porteranno le proprie testimonianze sull'evoluzione di un settore strategico per tutti i paesi europei.

“Il nostro comparto riveste un'importanza decisiva per lo sviluppo dell'economia europea, e un indotto da oltre 526 miliardi di euro l'anno è una chiara dimostrazione del suo impatto attuale e prospettico. In questo quadro, l'Italia sta giocando un ruolo da protagonista, emergendo tra i paesi

con la maggiore crescita in termini di spesa pubblicitaria, con oltre 2,7 miliardi di euro in digital adv e un indotto economico che supera i 58 miliardi di euro” prosegue Nosedà.

Accanto a workshop e sessioni dedicate agli sviluppi tecnologici in ambito mobile, programmatic, video, brand safety e content creation, ci sarà spazio anche per le premiazioni dei vincitori dei [Mixx Awards](#) e dei [Research Awards](#): i primi celebrano le campagne di digital advertising che si sono distinte in Europa per aver ispirato l'industry e aver evidenziato nuove idee e trend futuri; i secondi premiano i migliori progetti di ricerca nel settore del digitale in Europa che si sono differenziati per aver contribuito allo sviluppo della pubblicità online.

Maggiori informazioni riguardo l'evento sono disponibili [qui](#).

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.

CONTATTI:

Barabino & Partners

Adela Leka

a.leka@barabino.it

Camilla Palazzolo

c.palazzolo@barabino.it

Tel. +39 02.72023535