

Elisabetta Ripa, Ferruccio De Bortoli e Antonio Campo dall’Orto alla guida del neo-Advisory Board di IAB Italia.

Il comitato avrà un ruolo propositivo e di indirizzo strategico volto a favorire il dialogo con le Istituzioni per lo sviluppo di un mercato digitale equo, trasparente e di qualità.

Milano, 11 ottobre 2018 – IAB Italia, l’associazione più importante degli operatori della pubblicità interattiva, annuncia la nascita dell’**Advisory Board** che l’affiancherà nelle sue attività di promozione – a livello imprenditoriale e istituzionale – del mercato digitale. Il principale compito del neo-comitato sarà quello di contribuire con riflessioni e linee guida strategiche al dibattito sui grandi temi della comunicazione digitale. Particolare attenzione sarà rivolta alla qualità dei servizi, alla trasparenza della filiera del comparto dell’adv digitale e all’equità concorrenziale per uno sviluppo sostenibile dell’economia digitale nel suo complesso.

Si tratta di un organo consultivo, composto da personalità di rilievo appartenenti al mondo dell’industria, dell’impresa e della cultura come **Ferruccio De Bortoli**, *editorialista de Il Corriere della Sera*, che rivestirà il ruolo di Presidente, **Elisabetta Ripa**, *amministratore delegato di Open Fiber*, e **Antonio Campo dall’Orto**.

“Accogliamo la costituzione del comitato con grande entusiasmo – commenta Carlo Nosedà, presidente di IAB Italia – *l’Advisory Board contribuirà all’ulteriore crescita di IAB perché avrà un ruolo cruciale nell’integrare le attività dell’Associazione con iniziative atte a sensibilizzare e a rendere più fattivo il dialogo con le Istituzioni che hanno il potere e le capacità di migliorare l’attuale assetto di mercato*”.

IAB Italia

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità digitale 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. 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

Linda Battini

l.battini@barabino.it

Tel. +39 02.72023535