

*Aprire oggi l'evento dedicato ad analizzare il ruolo di internet in Italia*

## **IAB FORUM 2006: internet in Italia, uno strumento sempre più efficace per consumatori, aziende e pubblica amministrazione**

**La crescita di internet in Italia a fini di entertainment, business e servizi, fa aumentare gli investimenti pubblicitari online del 50% in un anno**

*Milano, 8-9 novembre 2006* - Con oltre 3.500 partecipanti apre oggi a Fiera Milano City l'edizione 2006 di IAB FORUM, l'evento dedicato alla comunicazione interattiva che quest'anno attraverso il confronto dei protagonisti del settore, sottolinea e analizza l'importanza di internet quale strumento per l'evoluzione della comunicazione da parte delle aziende e della Pubblica Amministrazione, e di conseguenza, dell'efficacia delle relazioni con i consumatori-cittadini.

Un'evoluzione confermata dall'aumento del 50,5% (Fonte Nielsen Media Research 2005/2006) degli investimenti pubblicitari online registrato nell'ultimo anno. Negli ultimi anni infatti le aziende stanno comprendendo in misura sempre maggiore come sia cambiata la comunicazione, i modelli, quanto sia importante l'interattività offerta dalla Rete che permette di avere un dialogo non solo su un piano "business to business", ma anche verso il consumatore. Un consumatore che assume un ruolo centrale e fondamentale nei processi di marketing aziendali. Nonostante ciò, l'Italia non ha ancora raggiunto i livelli degli altri principali Paesi europei, in termini di rapidità e di modalità di risposta che il consumatore ottiene dalle aziende.

In questo scenario, le Istituzioni hanno un ruolo fondamentale per supportare lo sviluppo della Rete, e utilizzarla al fine di migliorare le relazioni tra Pubblica Amministrazione e il cittadino, oltre che per favorire la crescita di tutte le aziende operanti in questo sempre più importante comparto dell'economia italiana; sono questi infatti i temi alla base dell'intervento che il Ministro delle Comunicazioni, Paolo Gentiloni effettuerà al Forum.

Stamattina, il Convegno di apertura vedrà inoltre gli interventi di Marco Testa, Presidente di Assocomunicazione, Giulio Malgara Presidente di UPA, Layla Pavone Presidente di IAB Italia & Europa, Edmondo Lucchi Direttore Dipartimento News Media GFK-Eurisko, Paolo Duranti, Managing Director di Nielsen Media Research, Danny Meadows Klue CEO di IAB Europe.

Nella giornata di domani si confronteranno invece Derrick De Kerckhove Director McLuhan Program in Culture & Technology e Professore all'Università di Toronto, Enrico Gasperini Presidente Consulta Digitale Assocomunicazione, Maurizio Sala Presidente Art Director Club, Salvatore Ippolito Head of Client Service Millward Brown, Federico Capeci General Manager OTO Research.

### **IAB ITALIA**

*Fondata nel giugno 1998, IAB Italia, che fa parte del network IAB Europe, raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online 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 lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni, la misurazione e la metrica, la definizione e l'applicazione degli standard. L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire alla crescita del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi del nuovo media. Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnata nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nelle attività di ricerca e nella certificazione del fatturato dell'online advertising, grazie alla collaborazione con Assointernet e Nielsen Media Research.*

### **Ufficio Stampa**

Burson-Marsteller – Tel. 02.721431

Gianfranco Mazzone [Gianfranco\\_mazzone@it.bm.com](mailto:Gianfranco_mazzone@it.bm.com)

Fabiana Comiotto [Fabiana\\_comiotto@it.bm.com](mailto:Fabiana_comiotto@it.bm.com)