

IAB FORUM 2006 – 8 e 9 novembre

La comunicazione interattiva come leva strategica di business

20 milioni di italiani usano Internet per informarsi prima, durante e dopo gli acquisti.

E le imprese come rispondono?

**Dinamiche attuali e tendenze future verranno analizzate e discusse
dai più autorevoli esperti del settore la prossima settimana a IAB Forum
Fiera Milano City, Milano Convention Center**

Milano, 31 ottobre 2006 - Come cambia il consumatore italiano? E come rispondono le imprese a questo cambiamento? Che cosa differenzia l'Italia dal resto d'Europa? Gli scenari attuali e gli sviluppi futuri delle dinamiche di Internet rispetto a consumatori sempre più camaleontici da un lato e imprese che necessariamente devono adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato dall'altro, verranno discussi in occasione dell'edizione 2006 di IAB Forum, l'evento di riferimento che affronta il tema della comunicazione interattiva a 360°.

Ne discuteranno i più autorevoli esperti di comunicazione: Paolo Gentiloni Ministro delle Comunicazioni, Derrick De Kerckhove Director McLuhan Program in Culture & Technology e Professore all'Università di Toronto, Giulio Malgara Presidente di UPA, Layla Pavone Presidente di IAB Italia & Europa, Marco Testa Presidente di Assocomunicazione, Edmondo Lucchi Direttore Dipartimento News Media GFK-Eurisko, Paolo Duranti, Managing Director Nielsen Media Research, Danny Meadows Klue CEO IAB Europe, Enrico Gasperini Presidente Consulta Digitale Assocomunicazione, Maurizio Sala Presidente Art Director Club, Salvatore Ippolito Head of Client Service Millward Brown, Fererico Capeci General Manager OTO Research.

Negli ultimi anni le aziende hanno compreso 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 B-toB ma anche verso il consumatore. Un consumatore che presenta caratteristiche di infedeltà rispetto alla marca, che è ben informato e che decide di usare Internet esattamente quando ne ha la necessità per cercare informazioni che lo guideranno poi nella sua scelta di acquisto. Un consumatore che assume quindi un ruolo centrale e fondamentale nei processi di marketing aziendali.

In questo scenario, l'Italia presenta ancora una dicotomia in termini di rapidità e di modalità di risposta che il consumatore ottiene dalle aziende che, rispetto alla panoramica europea, sembrano avere invece ancora molta strada da fare. L'obiettivo di IAB Forum si inserisce proprio in questo contesto per creare un momento di condivisione volto a mettere a disposizione delle imprese tutte le competenze, le conoscenze e le esperienze a livello nazionale ed internazionale raccolte da IAB. Naturalmente il cambiamento non può essere immediato. Il supporto di IAB va in questo senso: creare e divulgare standard, rappresentando un punto di riferimento per aziende e professionisti del settore, con l'obiettivo di sostenerli nelle loro scelte di investimento.

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

Fabiana Comiotto Fabiana_comiotto@it.bm.com