



PRESS KIT

## INDICE

IAB EUROPE: SCENARIO	3
IAB ITALIA	
▪ CHI E'	4
▪ COSA FA	5
IAB FORUM	6
IAB SEMINAR	6
BLOG IAB	7
MANAGEMENT	8
CONSIGLIO DIRETTIVO	10
SOCI IAB ITALIA	11

## IAB EUROPE: SCENARIO

Internet ha modificato regole, paradigmi, linguaggi e modelli di comunicazione, pubblicitari e di marketing, rendendo possibile la realizzazione di un cambiamento decisivo nel rapporto tra l'azienda e i consumatori. Non più esclusiva mediazione ma una partecipazione attiva dell'utenza.

IAB - Interactive Advertising Bureau - si è posto come avanguardia di questa rivoluzione grazie all'attività di un gruppo operatori di questo mercato e investitori pubblicitari che, cogliendo i segnali di questo cambiamento nel mondo dell'advertising, hanno dato vita a un processo di ricerca, classificazione e condivisione con lo scopo di stimolare una rapida e sana crescita del business dei media interattivi.

L'Internet Advertising Bureau nato nel 1997 ha cambiato denominazione nel 2001 in Interactive Advertising Bureau per testimoniare l'apertura e l'interesse ai nuovi mezzi di comunicazione. IAB conta oggi su un network di 13 nazioni che in seguito alle aperture delle sedi in Svezia, Norvegia, Portogallo, Lussemburgo, Croazia, Romania, Irlanda e Turchia, arriverà a toccare quota 21 Paesi entro la fine del 2008.

IAB Europe, contribuendo alla crescita dell'advertising e del marketing digitale, aiuta le aziende che operano sul mercato a utilizzare nel modo più efficace questi nuovi canali di comunicazione.

IAB Europe è oggi l'organo associativo più autorevole in relazione alla tutela degli interessi degli operatori del mercato interattivo.

Il network europeo comprende più di 2.000 aziende e può contare sul contributo dei maggiori gruppi media, delle agenzie più note, dei portali più letti e dei service provider più accreditati. Aiutare le aziende a scoprire il potenziale ancora inespresso del marketing online e acquisire maggiore peso nelle relazioni con le autorità nazionali e internazionali rappresentano alcune delle finalità principali di IAB.

## IAB ITALIA

[www.iab.it](http://www.iab.it)

### CHI E'

Nato nel 1998 come branch italiana dell'Interactive Advertising Bureau, IAB Italia fa parte del network IAB Europe, Associazione europea creata per favorire la crescita del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa.

Oggi IAB Italia rappresenta i più importanti player della comunicazione digitale interattiva italiana e internazionale ed è il punto di riferimento nel settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione di standard di analisi e sviluppo, la divulgazione di dati, cultura, regole e stili dei nuovi metodi di marketing e advertising dei media digitali interattivi.

L'Associazione ha tra i suoi scopi promuovere l'uso della rete e degli altri nuovi media digitali interattivi come efficace strumento di pubblicità oltre che monitorare tutte le forme di pubblicità promosse attraverso mezzi di comunicazione digitali. IAB Italia contribuisce allo sviluppo del mercato dell'advertising in internet nel nostro Paese attraverso una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nei nuovi media.

IAB divulga la conoscenza del mercato, delle applicazioni e degli standard del mezzo digitale non solo presso l'utenza, ma anche presso le Istituzioni che, nei prossimi anni, giocheranno un ruolo di primo piano all'interno di questo comparto dell'economia.

## COSA FA

Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione IAB Italia è impegnata nella definizione, applicazione e sviluppo di metriche di misurazione dei siti web, nella rilevazione del fatturato dell'advertising online, anche grazie alla collaborazione con AssolInternet, e nelle attività di ricerca relative all'efficacia e all'efficienza della comunicazione pubblicitaria.

I formati standard europei per la pubblicità online definiti da IAB Europe e da IAB US e recepiti da IAB Italia consentono infatti di raggiungere uno sviluppo del mercato coerente e uniforme da parte di tutti gli operatori dell'online advertising. L'obiettivo è quello di divulgare e condividere le "best practice" nazionali e internazionali sulle posizioni e i formati pubblicitari in ottica di razionalizzazione ed ottimizzazione dei risultati e dei costi di produzione.

A tal fine l'Associazione svolge una serie di attività che vanno dall'analisi delle linee guida finalizzate a favorire la libera concorrenza per la realizzazione di pubblicità interattiva, fino allo scambio di informazioni relative al settore pubblicitario in generale. IAB inoltre organizza seminari destinati al settore pubblicitario e focalizzati sulla pubblicità interattiva, conduce ricerche relative alla programmazione e alle attività pubblicitarie che trovano spazio in rete e negli altri mezzi di comunicazione digitale.

IAB propone ai propri soci iniziative come le **Taskforce** e i **Gruppi di lavoro** focalizzati su diverse tematiche e discipline verticali della comunicazione online. L'obiettivo è sempre quello di favorire lo sviluppo del business attraverso competenze ed esperienze maturate nel corso di dieci anni di attività.

## IAB FORUM

[www.iabforum.it](http://www.iabforum.it)

IAB Forum è il più importante evento italiano dedicato alla comunicazione interattiva.

Un appuntamento esclusivo nel mondo dell'Advertising online che coinvolge i maggiori attori del mondo digitale, della comunicazione e della creatività su web.

IAB Forum è considerato un'occasione di incontro e condivisione di informazioni e conoscenze per i professionisti del settore.

Obiettivo dello IAB Forum è affermarsi non solo come una conferenza dedicata al web marketing ma come una fiera del mondo digitale rivolta anche ai non addetti ai lavori, ai clienti, agli investitori.

IAB Forum è giunto a novembre 2008 alla sua VI edizione a Milano e rinnova l'appuntamento a Roma la prossima primavera per il secondo anno, al fine di coinvolgere sempre più, oltre agli operatori dei media interattivi e gli investitori pubblicitari, le aziende e il mondo istituzionale e amministrativo romano.

## IAB SEMINAR

Finalità principale dei Seminar organizzati da IAB Italia è condividere esperienze e visioni strategiche che diano risalto alle opportunità offerte da internet, al suo potenziale tecnico e al rapporto che si instaura tra creatività online e offline.

- **IAB Seminar 2004:** il primo seminario organizzato in Italia dall'Interactive Advertising Bureau è stato rivolto all'analisi del Search Engine Marketing;
- **IAB Seminar 2005:** il secondo seminario, dal titolo "Perchè l'e-mail come strumento per acquisire e fidelizzare il target", è stato dedicato all' E-mail Marketing;
- **IAB Seminar 2006:** nell'ambito della terza edizione sono stati analizzati i casi di Creatività nell'era del digitale;
- **IAB Seminar 2007:** l'edizione è stata dedicata alle "Emerging TV".
- **IAB Seminar 2008:** l'ultima edizione ha analizzato il tema della "Misurabilità dei media digitali interattivi"

## BLOG IAB

<http://iab.blogosfere.it>

IAB Italia, in collaborazione con Blogosfere, ha dato vita nel marzo del 2007 a un blog ufficiale finalizzato a sostenere l'interazione tra gli associati e a contribuire alla crescita della cultura dell'advertising in rete. Il blog IAB rappresenta dunque una piattaforma di comunicazione, scambio di opinioni e libera interpretazione.

Uno spazio che fornisce un dialogo costruttivo ma anche uno strumento di navigazione, di approfondimento e di analisi in grado di favorire il dibattito su tematiche legate all'advertising online e sull'evoluzione della pubblicità interattiva, proponendo articoli, analisi, case history e interviste, anche attraverso lo scambio di idee e opinioni sul ruolo della pubblicità e del marketing online.

## MANAGEMENT

### **Layla Pavone, Presidente IAB Italia**

Dal 2003 è Presidente di IAB Italia.

Nel biennio 2005-2006 è stata anche Presidente della Federazione Europea IAB Europe. È membro dell'International Advertising Association (IAA), dell'International Academy of Digital Arts and Sciences (IADAS) e del Consiglio di Amministrazione di Audiweb.

Durante gli studi universitari collabora come giornalista pubblicista con diverse testate. Successivamente alla laurea in Scienze Politiche frequenta un Master in comunicazione d'impresa a conclusione del quale, nel 1988, inizia il suo percorso professionale nella direzione marketing della concessionaria di pubblicità SPI Società per la Pubblicità in Italia con l'incarico di responsabile comunicazione. Passa quindi nella concessionaria di pubblicità Quotidiano Italia con lo stesso incarico. Dal 1993, per quasi due anni, lavora in Polonia con il gruppo editoriale Grauso collaborando alla creazione della nuova concessionaria di pubblicità del primo quotidiano nazionale Zycie Warszawy ed occupandosi inoltre di comunicazione e pubbliche relazioni per il circuito televisivo Polonia 1. Nel 1994 collabora alla nascita ed allo sviluppo di Video On Line, il primo internet service provider italiano, occupandosi della comunicazione, dell'organizzazione commerciale e dello sviluppo dell'advertising sul web. Dall'inizio del 1997, grazie all'esperienza maturata nell'ambito di internet associata a quella relativa al mercato della pubblicità, lavora in Publikompass, concessionaria di pubblicità, in qualità di responsabile sviluppo New Media e successivamente assume l'incarico di responsabile della business unit dedicata alla vendita di advertising online gestendo i rapporti con gli Editori dei 35 siti in concessione e coordinando la rete commerciale. Dall'inizio del 2000 e' nel Gruppo Aegis Media Italia, con la funzione di Managing Director di Isobar Communications.

Nel 2005 le è stato conferito il Premio "Targa d'Oro Mario Bellavista per la Cultura di Rete", con il patrocinio delle Associazioni di Categoria del settore della comunicazione, che rappresenta un riconoscimento a chi si è distinto per aver particolarmente

contribuito o contribuisce a dare valore aggiunto e spessore di pensiero ai servizi di comunicazione interattiva di rete, agendo sul territorio italiano.

Nel 2007 le è stato conferito il Premio "Manager d'Eccellenza" da Manager Italia (Associazione che riunisce Manager e Dirigenti d'Azienda nel settore dei servizi) e il Premio "Donna Comunicazione" conferitole da Club del Marketing e della Comunicazione.

### **Mauro Lupi, Vicepresidente IAB Italia**

Presidente e co-fondatore di Ad Maiora, una delle maggiori agenzie italiane specializzata nella comunicazione su internet e uno dei leader europei nel search marketing. Gestisce un popolare weblog ([www.maurolupi.com](http://www.maurolupi.com)), insegna web marketing in alcune business school e scrive regolarmente articoli e tiene interventi sul search marketing, sulla pubblicità online e sui social network. Lupi coordina l'edizione italiana del Search Engine Strategies (SES). Nel 2001 ha scritto il libro "Motori di ricerca e visibilità sul web", edito da Apogeo. Lupi è membro del Board di IAB Italia dal 2001 ed è stato membro del Board of Directors di SEMPO dove attualmente fa parte dell'European Working Group.

### **Fabiano Lazzarini, General Manager IAB Italia**

Fabiano Lazzarini è nato nel 1974 ed è laureato in Economia e Commercio. Da aprile 2008 è General Manager di IAB Italia. In passato ha rivestito i ruoli di responsabile dell'area new media del Gruppo Ediforum e di direttore del mensile Netforum, del quotidiano DailyNet e del sito [www.dailyonline.it](http://www.dailyonline.it), di cui ha anche curato le startup. Dal 2004 è docente del Master in Marketing, comunicazione e nuove tecnologie alla Business School de Il Sole 24 Ore, del quale è nel Comitato scientifico. Dal 2004 al 2006 è stato membro del Board di IAB Italia. Lazzarini interviene frequentemente come relatore e moderatore a seminari, convegni e workshop, nonché come ospite a programmi radiofonici e televisivi.

## Consiglio Direttivo:

Salvatore Ippolito, Sales Director Microsoft Digital Advertising Solutions

Paola Marazzini, Ad agency head Google Italia

Davide Corcione, Media Account Management Director Yahoo! Italy

Monica Belgeri, Responsabile marketing WebSystem – Il Sole 24 Ore

Francesco Barbarani, Country Manager MySpace Italia

Davide Mondo, Direttore Tiscali Advertising

Andrea Da Venezia, Managing Director Zed digital (ZenithOptimediaGroup)

Nereo Sciutto, Presidente Web Ranking

Daniele Bologna, Presidente Ediforum

**SEGRETARIO GENERALE**

Paolo Peronaci

Interactive Advertising Bureau – Italia  
IAB Italia, Via Larga 13 - 20122 Milano  
Telefono +39 02 58320694 | f. +39 02 58318705  
www.iab.it

**SOCI:**

24/7 REAL MEDIA	MY TV
A.MANZONI & C.	MULTIPLAYER.IT
AD MAIORA	NEXTA MEDIA
NETBOOSTER AGENCY ITALIA (ADVance)	NIELSEN ONLINE
AUTOSCOUT24	HARRIS INTERACTIVE
BPUBANCA	YAHOO! SEARCH MARKETING
BUONGIORNO VITAMINIC	PROMOZIONE ON LINE / MM-ONE
DADA	PUBLIKOMPASS
E-CIRCLE	PUBLITALIA '80
EDIFORUM	SEAT PAGINE GIALLE
EGOLAB	SIPRA
EURISKO	SLASH
EXPOPAGE	PIXEL ADV
FULLSIX	TISCALI
GOOGLE ITALY	TOMATO INTERACTIVE
IL SOLE 24 ORE - WEBSYSTEM	TRADE DOUBLER
ONE ITALIA	TSW
ISOBAR COMMUNICATIONS	TUTTOGRATIS ITALIA
KIWARI	WEBRANKING
MARKETING MULTIMEDIA	ZANOX
MATRIX	ZENITHOPTIMEDIA ITALY
MIVA MEDIA	SKY ITALIA
MONDADORI PUBBLICITA'	E3
MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS	PANGORA
INTESA SANPAOLO	WEBADS
NUOV@ PERIODICI	LEO BURNETT
ARACHNO	LIBERO
NASCAR STUDIOS	MILLWARD BROWN DELFO
DIENNEA – MAGNEWS	NIELSEN MEDIA RESEARCH
H3G	IMETRIX

<b>REED BUSINESS INFORMATION</b>	<b>AD PEPPER</b>
<b>NEODATA</b>	<b>UNIVERSITY.IT</b>
<b>ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN</b>	<b>NWEB</b>
<b>EUSTEMA</b>	<b>SITOVIVO</b>
<b>VNUNET</b>	<b>ADVEXPRESS</b>
<b>SAATCHI &amp; SAATCHI</b>	<b>OLA'</b>
<b>INTERCONSULT</b>	<b>PUBLICIS MODEM</b>
<b>DIGITAL MAGICS</b>	<b>NEO@OGILVY</b>
<b>INTARGET.NET</b>	<b>ACCENTURE</b>
<b>A-TONO</b>	<b>KORA</b>
<b>OMD</b>	<b>AUDIWEB</b>
<b>ATLAS SOLUTIONS</b>	<b>WUNDERLOOP</b>
<b>CLICKPOINT.IT</b>	<b>UTARGET</b>
<b>CONDE' NAST</b>	<b>JOB IN TOURISM</b>
<b>ACCADEMIA DI COMUNICAZIONE</b>	<b>PROMODIGITAL</b>
<b>AGOS</b>	<b>SCHIBSTED CLASSIFIED MEDIA</b>
<b>MELAZETA</b>	<b>JETIX</b>
<b>IRREGULAR</b>	<b>RCS PUBBLICITA'</b>
<b>FOX CHANNELS ITALY</b>	<b>MYSPACE</b>
<b>SIMPLE AGENCY</b>	<b>ENTERLAB</b>
<b>GOADV</b>	<b>GATE 2000</b>
<b>BBJ</b>	<b>TAG ADVERTISING</b>
<b>NEXTPLORA</b>	<b>PLANET49</b>
<b>PUBLIC - IDEES</b>	<b>MYADS</b>
<b>ADOBE</b>	