



## IAB Forum 2009

### Al via oggi il convegno dedicato alla comunicazione digitale interattiva promosso da IAB Italia

*Esperti del settore, aziende e Istituzioni a confronto sul tema "Innovazione e Competitività. Il ruolo di internet per le Aziende italiane"*

**Milano, 3 novembre 2009** – Una riflessione e un confronto sull'economia, la società e la politica nell'era dei media digitali interattivi, per contribuire a identificare nuove opportunità di crescita per il Sistema Paese: sono questi gli obiettivi dell'edizione 2009 di IAB Forum, che prende oggi il via presso il Milano Convention Centre di Fiera Milano City.

Ad aprire i lavori, come di consueto, sarà **Layla Pavone** che, in qualità di **Presidente di IAB Italia**, traccerà un quadro del mercato italiano della comunicazione digitale interattiva, in un momento storico di importanza cruciale per lo sviluppo e la crescita del mezzo internet a livello globale. La riflessione sul tema continuerà nell'ambito della prima tavola rotonda dal titolo "**Il futuro dell'economia digitale in Italia**", moderata da **Riccardo Luna**, Direttore Responsabile di Wired, che metterà a confronto **istituzioni, industria e consumatori**. Partecipano On. **Paolo Gentiloni**, Commissione Trasporti della Camera dei Deputati, **Marco Pierani**, Responsabile Relazione Esterne Istituzionali Altroconsumo, **Luigi Perissich**, Direttore Generale di Confindustria Servizi, **Bruno Dapei**, Presidente Consiglio provinciale di Milano, **Carlo Poss**, Presidente di FCP-Assointernet, **Layla Pavone**, Presidente IAB Italia.

Alla luce del recente sorpasso britannico della pubblicità online rispetto a quella televisiva, toccherà poi a **Guy Phillipson, Chief Executive di IAB UK**, illustrare il fenomeno alla platea milanese, affinché l'esempio del Regno Unito possa fare da traino per l'evoluzione dell'advertising sul web anche in Italia. Inoltre, per uno sguardo più completo alla scena internazionale, il **CEO di IAB US Randall Rothenberg** offrirà una panoramica sulle ultime tendenze del settore negli Stati Uniti.

Dopo un'analisi dei primi risultati dell'**Osservatorio IAB Italia/Accenture** sul mercato della comunicazione digitale in Italia illustrata da **Marco Vernocchi, Global Managing Director Accenture – Media & Entertainment**, la mattinata si concluderà con un **talk show** dal titolo "**L'Italia e la rete: quale squadra mettere in campo per uscire dalla serie B e vincere?**", condotto da **Luca De Biase**, Caporedattore Nòva 24. Gli esponenti delle principali aziende che operano nel settore di internet e dei new media analizzeranno le dinamiche attuali e gli scenari futuri della rete in Italia. Partecipano **Paolo Ainio**, Presidente Banzai, **Paolo Barberis**, Presidente Dada, **Rich Riley**, Senior Vice President Yahoo! Europe, **Pietro Scott Jovane**, Amministratore Delegato Microsoft Italia, **Javier Zapatero**, Country Manager Italy – Spain Google.

I lavori di mercoledì 4 novembre saranno aperti da **Fabiano Lazzarini, General Manager di IAB Italia**, che farà un bilancio delle numerose attività e iniziative promosse dall'Associazione nel 2009, per una riflessione sui mutamenti e sulla percezione dei media digitali interattivi a poco più di dieci anni dalla nascita dell'Interactive Advertising Bureau in Italia.

Ospite d'eccezione della seconda giornata di IAB Forum sarà **David Weinberger**, filosofo e scrittore statunitense, guru dell'internet marketing, nonché membro dell'**Harvard Berkman Center for Internet & Society**, che intervorrà sul tema "Transparency and Trust".

Anche quest'anno, il **Presidente di IAB Europe Alain Hereux** darà il proprio contributo al convegno affrontando il tema dei "Legal and business challenges for digital Europe", seguito dall'intervento di **Diego Masi, Presidente di AssoComunicazione**.

A chiusura dei lavori della mattinata, si terrà una **tavola rotonda con UPA "Aziende a confronto sulla comunicazione digitale"**, moderata da **Fabio Grattagliano**, giornalista Il Sole 24 ORE, alla presenza del **Direttore Generale di Upa Giovanna Maggioni**, durante la quale le aziende partecipanti condivideranno esperienze, informazioni e suggerimenti sulle potenzialità della comunicazione digitale in un'ottica di business. Partecipano **Alessandro de Angelini**, Direttore Marketing BMW Italia, **Irene Larcher**, Media & Marketing Services Director Henkel Italia, **Teresa Madeddu**, Area Manager Media Italy/Greece/Iberia Kraft Foods Italia Services, **Carlo Salvadori**, Direttore Consumer Marketing and Communication Nestlé Italiana, **Mirko Lalli**, Responsabile Marketing e Comunicazione Fondazione Sistema Toscana, **Layla Pavone**, IAB Italia.

Non mancheranno, infine, numerosi **workshop tematici** a cui saranno dedicati i pomeriggi di entrambe le giornate di IAB Forum.

In occasione del Forum, anche per il 2009 **IAB Italia** ha confermato il proprio impegno a favore dell'ambiente, rinnovando l'adesione al **progetto Impatto Zero® di LifeGate** ([www.impactozero.it](http://www.impactozero.it)) per compensare le emissioni di CO2 prodotte dall'evento e dai propri uffici attraverso la creazione di nuove foreste.

#### **Ufficio stampa IAB ITALIA**

*Antonella Violante – Simona Mercandalli – Gianfranco Mazzone*

*Burson Marsteller*

*Tel. 02 721431*

---

#### **Informazioni su 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.