

34 Eventi lab Forum
Roma: definita l'agenda

lab Forum Roma Definita l'agenda; Pavone: «Coinvolgere tutte le aziende partecipanti»

di **Domenica Fabbricini**

Si avvicina il primo appuntamento con lab Forum Roma, la tappa romana dell'evento dedicato alla pubblicità interattiva, in calendario il prossimo 7 maggio al Salone delle Fontane all'Eur (www.labforum.it). L'obiettivo dell'edizione capitolina del principale evento italiano dedicato alla comunicazione interattiva è stimolare la già naturale crescita nel Centro Sud del fenomeno dei new media, raggiungendo le aziende e gli investitori pubblicitari e coinvolgendo il mondo istituzionale e amministrativo romano. lab Forum Roma durerà un'intera giornata e accoglierà interventi di Layla Pavone, presidente lab Italia e managing director Isobar; Enrico Gasperini, presidente Audiweb; Vito Di Bari, docente del Politecnico di Milano e della Bocconi di Milano; Marco Montemagno,



Layla Pavone

giornalista e conduttore di Reporter Diffuso (Sky Tg24). Previste, inoltre, due tavole rotonde con l'obiettivo di mettere a confronto editori e spender pubblicitari: "Le strategie degli investitori pubblicitari sui media interattivi", moderata da Fabiano Lazzarini, general manager di lab Italia, con la partecipazione di Gabriella Favuzza, responsabile comunicazione online, Renault; Silvia Fellegara, responsabile pubblicità Enel; Giacomo Robustelli, responsabile pubblicità Poste Italiane. E "La pubblicità online: elemento chiave del marketing mix", modera-

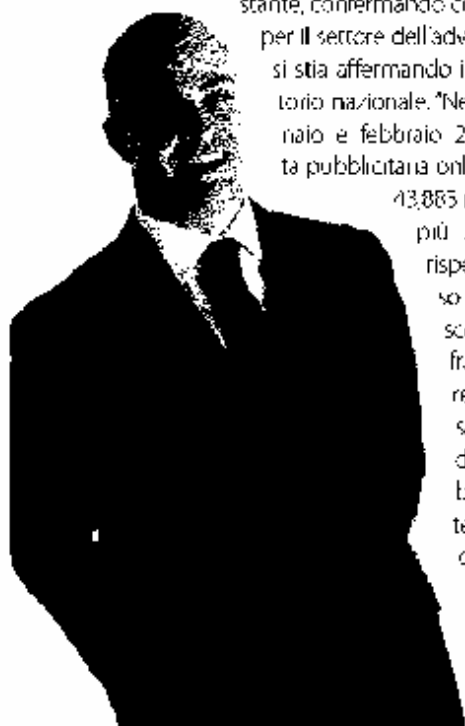
ta da Mauro Lupi, vicepresidente lab Italia, presidente Ad Miora, con la partecipazione di Libero, Microsoft Digital Advertising Solutions, Numidia, Tiscali, Yahoo!. «Sono passati sei mesi dall'ultimo appuntamento milanese, la versione romana darà quindi innanzitutto degli aggiornamenti in termini di scenario - spiega a DailyMedia Layla Pavone - e delle informazioni ancor più fresche. Inoltre, a Roma sono sicura che riusciremo a coinvolgere un gran numero di aziende che non sono potute essere presenti a Milano, senza dimenticare che Roma sta diventando una piazza importante dal punto di vista dello sviluppo del business. Ci sono tante aziende, non solo quelle pubbliche, che costituiscono un interlocutore importante in termini di investimenti online e che hanno tutto l'interesse a partecipare a questo evento. Parleremo anche di Audiweb e coinvolgeremo attivamente le aziende in tavole rotonde dove si discuterà di nuovi approcci di comunicazione dove internet sta assumendo un ruolo sempre più importante; punti di forza e punti di debolezza, nel caso ve ne fossero, del mezzo. Il coinvolgimento è diventato un must anche in questi appuntamenti, lab Forum non vuol essere solo un interlocutore che utilizza la comunicazione one way, ma vuole usare le logiche della comunicazione interattiva cercando di far partecipare tutti i protagonisti del mondo della comunicazione. Aspetto importante, la presenza di aziende provenienti dal settore "tradizionale", perché anche quelle che hanno un budget importante, non solo dedicato all'online ma anche ad altri mezzi, hanno una prospettiva a 360 gradi del mercato pubblicitario e possono offrire spunti interessanti, soprattutto in termini di integrazione del web nel marketing mix. Infine, da sottolineare la presenza del professor

Vito Di Bari, una persona dalla visione molto strutturata dei cambiamenti che hanno interessato la rete ed esperto di new media, che siamo sicuri ci darà stimoli utili alla creazione di una discussione di valore».

Eventi Tutto pronto per la prima edizione romana dello IAB Forum: adesioni già oltre le 1.500 unità

Un dato in crescita costante che conferma l'interesse per il settore del web adv; "Nei mesi di gennaio e febbraio 2008 la raccolta online si attesta a 43,883 milioni, più 34,5% rispetto al 2007" dice il general manager Fabiano Lazzarini

Il contributo dal centro-sud è crescente, e lo si nota anche dal numero delle iscrizioni a una settimana dal via



La prima edizione di IAB Forum Roma è già un successo di adesioni: le iscrizioni su www.iabforum.it hanno superato la soglia psicologica di 1500. Ma il dato è in crescita costante, confermando come l'interesse per il settore dell'advertising online si stia affermando in tutto il territorio nazionale. "Nei mesi di gennaio e febbraio 2008 la raccolta pubblicitaria online si attesta a 43,883 milioni di euro, più 34,5%, quindi, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, cifra che a differenza del passato è segnata da un contributo crescente delle aziende del centro-sud"

afferma Fabiano Lazzarini, general manager di IAB Italia, che aggiunge: "A conferma di tali dati, a una settimana dal primo IAB Forum di Roma, registriamo un numero di adesioni che supera ogni aspettativa e rappresenta un indicatore oggettivo di quanto il centro-sud si stia sviluppando, trend già captato per esempio dai centri media e agenzie che da alcuni mesi hanno cominciato ad aprire sedi a Roma". Lo Iab Forum è il più importante evento italiano dedicato alla comunicazione interattiva che si svolge da 5 anni a Milano e che da quest'anno raddoppia il suo appuntamento con l'edizione romana per coinvolgere non più solo gli operatori dei media interattivi, gli investitori pubblicitari, ma anche le aziende e il mondo Istituzionale e amministrativo romano. Sviluppato su una superficie di oltre 2000 metri quadrati, IAB Forum Roma offrirà sia un'area expò per le aziende sponsor sia un'area congress nel la quale sarà ospitato il convegno istituzionale di apertura, due tavole rotonde e workshop con gli operatori del settore.

Gli appuntamenti della settimana



■ Si svolge mercoledì a ROMA la prima edizione di IAB Forum nella città capitolina. A partire dalle 9:30 presso il Salone delle Fontane di via Ciro il Grande 10. Per informazioni, info@iabforum.it.

■ Telesia presenta giovedì la prima ricerca di Gfk Furisko sul comportamento dei passeggeri degli aeroporti italiani e il modello di valutazione della tv degli aeroporti. Alle 11 presso la sede di Class Editori, in via Bungozzo 5 a MILANO. Per informazioni, 06594651.



Gli appuntamenti della settimana

**DA NON
PERDERE**



- E' in programma domani a ROMA la prima edizione di IAB Forum nella città capitolina. A partire dalle 9:30 presso il Salone delle Fontane di via Ciro il Grande 10. Per informazioni, info@iabforum.it.
- Telesia presenta giovedì la prima ricerca di Gfk Eurisko sul comportamento dei passeggeri degli aeroporti italiani e il modello di valutazione della tv degli aeroporti. Alle 11 presso la sede di Class Editori, in via Burigozzo 5 a MILANO. Per informazioni, 06594651.



Oggi prima edizione di lab Forum Roma

Oggi, nel Salone delle Fontane all'Eur, si terrà la prima edizione romana di lab Forum. All'evento organizzato da lab Italia sono attesi oltre 1.500 partecipanti. L'obiettivo principale della manifestazione è coinvolgere direttamente i protagonisti del mondo del digitale del Centro-sud Italia e non solo. Infatti, la conferenza ed expo sulla comunicazione interattiva rappresenta un importante momento di scambio di esperienze e novità per il web italiano.

Gli appuntamenti della settimana

DA NON
PERDERE



- E' in programma oggi a ROMA la prima edizione di IAB Forum nella città capitolina. A partire dalle 9:30 presso il Salone delle Fontane di via Ciro il Grande 10. Per informazioni, info@iabforum.it.
- Telesia presenta domani la prima ricerca di Gfk Eurisko sul comportamento dei passeggeri degli aeroporti italiani e il modello di valutazione della tv degli aeroporti. Alle 11 presso la sede di Class Editori, in via Burigozzo 5 a MILANO. Per informazioni, [06594651.w](tel:06594651)



22-23 Eventi Successo di pubblico per lab Forum Roma: la pubblicità interattiva conquista la Capitale

Eventi Successo di pubblico per il debutto di lab Forum Roma: l'adv interattiva conquista la Capitale

Sala gremita, ieri, al Salone delle Fontane dell'Eur per la prima edizione di lab Forum Roma. E grande entusiasmo tra i tantissimi che hanno voluto assistere al debutto nella Capitale del tradizionale appuntamento annuale in cui l'Interactive Advertising Bureau fa il punto sulla pubblicità interattiva nel nostro Paese, descrivendo le ultime tendenze in fatto di new media e tracciando gli scenari del prossimo futuro. Molta gente, quindi, oltre 1.500 persone, in rappresentanza di tutte le diverse anime del marketing e della comunicazione digitali: gli spender pubblicitari innanzitutto, al fianco degli esponenti dei centri media, delle agenzie creative, delle web agency. E poi gli operatori impegnati a vario titolo nel settore sul fronte della consulenza, insieme a manager dei mezzi, digitali e tradizionali. Quindi, un esordio senz'altro gradito dal mercato e dalla platea capitolina in particolare. Adesso - come hanno avuto modo di rimarcare, aprendo i lavori, Layla Pavone e Mauro Lupi, rispettivamente presidente e vice presidente di lab Italia - anche le società e i tanti attori della comunicazione, non soltanto di profilo interattivo, dislocati nel Centro e nel Sud dell'Italia hanno a disposizione un interessante punto di riferimento sulla pubblicità digitale. lab Forum Roma però - hanno sottolineato i vertici dirigenziali dell'organismo - è diventata anche un'occasione importante per ribadire alle aziende che investono in comunicazione sui media tradizionali il valore del web come strumento imprescindibile nelle nuove logiche di pianificazione, tese a esplorare i vantaggi e le potenzialità della comunicazione digitale. Insomma lab Forum Roma, anche alla luce dell'efficace "prima" di ieri, si prefigge a questo punto di diventare un momento d'incontro, confronto e aggiornamento a cavallo tra un'edizione e l'altra di lab Forum Milano, solitamente in programma nell'autunno. Prestigioso anche l'elenco degli sponsor principali che hanno voluto sostenere la prima avventura romana di

lab: Niumidia Advertising, Libero, Microsoft Digital Advertising Solutions e One Italia. Sul fronte tematico, invece, sono stati parecchi i momenti di confronto e approfondimento in grado di produrre stimoli significativi per l'affollata platea: dopo il saluto istituzionale che ha aperto la giornata, tenuto - come detto - da Layla Pavone e Mauro Lupi, è stato Marco Montemagno, curatore e conduttore di Sky TG24 Reporter Diffuso, a illustrare luoghi comuni e opportunità del web per le aziende nell'intervento "Internet in 20 minutes", seguito da Vito Di Bari, docente di gestione dell'innovazione al Politecnico di Milano e coordinatore del CrossMedia Lab dell'Università Bocconi, chiamato a intervenire su "Come affrontare la sfida del futuro del web. Un'ipotesi a breve, medio e lungo termine". Poi, Enrico Gasperini, presidente di Audiweb, ha spiegato il ruolo e le novità del sistema di rilevazione, mentre Layla Pavone, managing director di Isobar Communications, ha esposto riflessioni e valutazioni nello speech "Internet Caput Mundi". Fabiano Lazzarini, general manager della stessa lab Italia, ha poi coordinato la tavola rotonda intitolata "Le strategie degli investitori pubblicitari sui media interattivi", con la partecipazione di Gabriella Favuzza, crm & e-business manager del gruppo automobilistico Renault; Silvia Fellegara, responsabile relazioni esterne, pubblicità e new media di Enel; Giacomo Robustelli, responsabile pubblicità di Poste Italiane; Angelo Brienza, channel distribution manager di Avis, e Emanuela Contino, senior manager interactive marketing di Procter & Gamble Italia. Anche in questo frangente è emerso chiaramente l'obiettivo degli organizzatori, che in tutta la giornata hanno voluto mantenere un approccio molto concreto e tendente a privilegiare gli aspetti più rilevanti e sostanziali di internet come mezzo di comunicazione. Il tema più volte emerso durante le diverse sessioni dei lavori - seguite in modo continuo e particolarmente interessato dagli operatori - ha ri-

guardato soprattutto la volontà, anche da parte della stessa lab, di creare un vero e proprio sistema per rendere sempre più popolare il web, avvicinarlo in maniera sempre più credibile e efficiente al mondo dell'impresa, permettendo al variegato universo imprenditoriale di pianificarlo con facilità, maggiore semplicità di interpretazione, più velocità e più precisione nella valutazione dei ritorni. Tra i punti di forza della rete emersi durante la tavola rotonda vissuta sulle dirette testimonianze aziendali, è spiccata senz'altro la capacità di dialogare con l'utenza e la clientela in modo nuovo, coinvolgente, interattivo, come richiedono, del resto, i rinnovati paradigmi della comunicazione d'impresa. Mauro Lupi, vicepresidente lab Italia, ha poi coordinato la seconda tavola rotonda della giornata, più improntata alla discussione tecnica tra gli addetti ai lavori e inerente la pubblicità online come elemento chiave del marketing mix. Ne hanno discusso Walter Bonanno, responsabile vendite di Libero-Wind Telecomunicazioni; Salvatore Ippolito, sales director di Microsoft Digital Advertising Solutions; Luca Gurrieri, responsabile di Niumidia Advertising; Fabio Valente, direttore generale di One Italia; Davide Mondo, direttore di Tiscali Advertising e Lorenzo Montagna, direttore commerciale di Yahoo! Italia. Poi, prima della conclusione, un po' di spazio per un doppio workshop: protagonisti ContactLab e Gate2000. Il sigillo sulla manifestazione è arrivato ancora da Layla Pavone e Mauro Lupi: «Con l'appuntamento di oggi abbiamo voluto fare una scelta innanzitutto territoriale, perché Roma si la Capitale del nostro Paese, ma anche una metropoli vivissima in chiave d'impresa. Nonostante il mondo della comunicazione e dell'adv sia localizzato a Milano, anche qui ci sono tante realtà importanti, di livello internazionale, sia tra gli spender sia tra le agenzie. Abbiamo voluto dare una risposta

a una richiesta più volte reiterata dal mercato e insieme garantire un'adeguata opportunità di incontro, confronto e discussione sui temi del marketing digitale». Intanto, la macchina organizzativa per l'evento di Milano, a novembre è già nel pieno delle operazioni.

