

PUBBLICITÀ ONLINE**DADA GUIDA LA CLASSIFICA DEI TOP SPENDER****PUBBLICITÀ ONLINE****DADA GUIDA LA CLASSIFICA DEI TOP SPENDER**

La pubblicità on line non conosce crisi. In Italia nel 2007, secondo i rilevamenti della Nielsen, è cresciuta del 42% passando da 190,3 milioni dell'anno precedente a 269,857 milioni. Ma per quest'anno, stima Iab Italia, si potrebbe anche sfiorare la soglia del miliardo di euro visti i risultati dei primi mesi del 2008. L'Italia, però, rimane molto distante da competitori come il Regno Unito, nonostante i costi di gran lunga inferiori rispetto ai media tradizionali siano particolarmente attraenti proprio

per le tante Pmi. Delle potenzialità del mercato, soprattutto nelle regioni centro-meridionali, si parlerà al convegno organizzato a Roma per mercoledì 7 maggio da Iab Italia, l'associazione che raggruppa i più importanti operatori della pubblicità on line ed è nell'International advertising bureau, il maggiore organismo mondiale del settore. Nell'occasione sarà presentata la graduatoria dei top spender italiani del settore. A guidarla è Dada (controllata da Rcs Mediagroup, che edita *il Mondo*)

e ne fanno parte soprattutto società attive nel settore delle tlc, che, come Dada, vendono Vas (Value added services), a cominciare dalle suonerie per cellulari o dalle connessioni, come Vodafone e Telecom, rispettivamente terza e sesta. A confermare l'autoreferenzialità dell'advertising italiano on line, al secondo posto si piazza eBay, al quarto Microsoft, al settimo Ilius e all'ottavo Sonera Zed. Tra le società tradizionali entrate nella top ten ci sono Sky (quinta), Renault (nona) ed Eni, decima. **Pietro Romano**