

Iab forum a Roma. Lo Iab Forum, l'incontro annuale fra gli operatori della comunicazione interattiva, sbarca anche a Roma. È in calendario il prossimo 7 maggio 2008 presso il Salone delle Fontane all'Eur. Oltre agli interventi, fra gli altri, di Layla Pavone, presidente Iab Italia e managing director Isobar ed Enrico Gasperini, presidente Audiweb, sono previste due tavole rotonde con l'obiettivo di mettere a confronto editori e spender pubblicitari: «Le strategie degli investitori pubblicitari sui media interattivi» e «La pubblicità on-line: Elemento chiave del marketing mix». Sviluppato su una superficie di oltre 2 mila metri quadrati, Iab Forum Roma offrirà sia un'area expo per le aziende sponsor sia un'area congress nella quale sarà ospitato nella mattinata il congresso di apertura e nel pomeriggio i workshop.



A Roma lo Iab Forum. Le tendenze: pubblicità più personalizzata e ingresso nei social media

Raccolta web verso il miliardo di euro

Nel 2008 crescita del 40% all'insegna della maggiore interattività

DI ANTONIO RANALLI

Maggiore interattività per la pubblicità online. Con un giro di affari di circa 690 milioni di euro nel 2007 e con un trend di crescita del 40%, il mondo dell'advertising assapora sempre di più la dimensione on-line. È quanto emerso dalla prima edizione romana dell'Interactive Advertising Bureau forum. Secondo gli addetti ai lavori, i messaggi promozionali su internet saranno sempre più personali. «Prevedo tra i principali elementi di cambiamento», ha affermato il vice presidente di Iab Italia, **Mauro Lupi**, «da una parte una maggiore interattività e dall'altra un costante perfezionamento delle tecniche di segmentazione, affinché i messaggi siano indirizzati effettivamente verso utenti potenzialmente interessati a essi. Ora è necessario passare a un approccio orientato alla conversazione visto che in Italia ci sono oltre 24 milioni di persone che si collegano a internet (che diventano 25,5 milioni se si includono anche gli utilizzatori delle applicazioni Internet come instant messenger o i programmi per scaricare musica e film, ndr) e, tra questi, più di 10 milioni la usano praticamente tutti i giorni. Sono persone cui la rete offre strumenti informativi e di maggiore indipendenza dalla pubblicità e dai media tradizionali, non ultima la possibilità di essere loro stessi produttori di contenuti influenzando le scelte o le non-scelte di acquisto di altri individui. Di fatto, internet sta aiutando le persone a svincolarsi dai target nei quali le aziende li hanno considerati negli ultimi 40 anni di pubblicità mass market».

Per **Lorenzo Montagna**, commercial director di Yahoo! Italia «un altro fenomeno sarà l'advertising per i social media, una formula diversa da una tradizionale campagna di display advertising». I dati di mercato del resto parlano chiaro. «Siamo di fronte a una reale esplosione del mercato», ha spiegato la presidente di

Iab Italia, **Layla Pavone**, «le proiezioni 2008 indicano che il giro d'affari toccherà il miliardo di euro con un incremento rispetto al 2007 del 40%, questo significa che il 7% dei budget pubblicitari verrà allocato su internet, quota che prevediamo arriverà al 10% sicuramente entro il 2010. I dati comunque ci dicono che in Italia solo la metà della popolazione usa internet. Questo significa che c'è un digital divide da colmare, aspetto cui devono farsi carico le istituzioni, in collaborazione con chi ha un'esperienza quotidiana e diretta nel settore».

In questo contesto un ruolo decisivo dovrà essere svolto da Audiweb. «Con questo servizio l'Italia non ha un Gap rispetto agli altri paesi del mondo», ha esordito il presidente **Enrico Gasperini**, «i nostri servizi, realizzati in collaborazione con Nielsen Online, si fondano su tre ricerche principali: la ricerca di base per la definizione dell'universo degli utenti Internet, il panel meterizzato rappresentativo della navigazione da casa e ufficio e degli altri luoghi di accesso alla rete, e il sistema Browser Based in grado di rilevare quotidianamente i dati censuari degli editori. I dati del mese di marzo 2008 ci dicono che in media ciascun navigatore si è collegato alla rete ogni giorno (si veda l'articolo in basso, ndr) ed è rimasto connesso per oltre 21 ore (un'ora in più rispetto al mese di febbraio), visualizzando 1.588 pagine (contro le 1.485 di febbraio)».

