

Definita l'agenda lab Forum Roma

E' stata definita l'agenda di lavoro di lab Forum Roma, che si terrà il 7 maggio presso il Salone delle Fontane all'Eur. L'obiettivo dell'edizione capitolina dell'evento è stimolare la crescita nel Centro Sud dei new media, raggiungendo le aziende e gli investitori pubblicitari e coinvolgendo il mondo istituzionale e amministrativo della capitale. Il programma prevede due tavole rotonde, con l'obiettivo di mettere a confronto editori e spender pubblicitari. La prima riguarda 'Le strategie degli investitori pubblicitari sui media interattivi'. Moderata da Fabiano Lazzarini, general manager lab Italia conterà sulla partecipazione di Gabriella Favuzza, responsabile comunicazione online Renault, Silvia Fellegara, responsabile pubblicità Enel, Giacomo Robustelli, responsabile pubblicità Poste Italiane. La seconda riguarderà invece 'La pubblicità online: elemento chiave del marketing mix': moderata da Mauro Lupi, vicepresidente lab Italia, con la partecipazione di rappresentanti di Libero, Microsoft Digital Advertising Solutions, Niumidia, Tiscali, Yahoo!, che figurano anche tra gli sponsor della manifestazione. Sviluppato su una superficie di oltre 2000 metri quadrati, lab Forum Roma offrirà un'area expo per le aziende sponsor e un'area congress nella quale sarà ospitato nella mattinata il congresso di apertura e nel pomeriggio i workshop.



In progress il mercato delle web tv

Una tv dai mille volti, quella alloggiata sul web. Che siano prodotti 'nativi', cioè originali realizzati appositamente per la rete, o siano la trasposizione integrale o parziale di canali tradizionali, le web tv sono un articolo in indubbia crescita, sia a livello di contenuti che di audience. Ma la domanda, persistente nel convegno sul tema organizzato al Politecnico di Milano, dalla facoltà di design, Unicity e Assowebtv, contestuale alla presentazione di ComunikaTv (vedi box), è: "Bello. Ma tutto ciò chi lo paga?". I contenuti ci sono, l'audience anche. E massiccia per giunta, basti pensare al successo dei vari YouTube e canali video legati ai portali. Manca ancora il modello economico, visto che è la pubblicità l'unica fonte di finanziamento possibile nel mercato web, ma solo una piccola parte dei 515 canali analizzati dall'Osservatorio sulla WebTv del Politecnico ospita spazi pubblicitari. «Il sistema della comunicazione pubblicitaria online è ancora tutto da inventare - ha rilevato Enrico Gasperini, presidente di Audiweb -. Non è solo una questione di contenuti, appetibili o meno dalle aziende, ma di gestione degli spazi che devono adattarsi ai formati video, per essere pianificati in modo coerente e interessante per il pubblico. Il mercato c'è e cresce anche quest'anno del 30-40%, i creatori delle web tv dovranno pensare oltre che a infrastrutture e design anche a nuove opportunità per le aziende». Giusto in questo senso, lab presenta oggi a Roma una ricerca europea sulla classificazione dei formati specifici per i video per l'online advertising». Se tuttavia il mercato è 'giovane', non vuol dire che sia poco affollato. Il problema viene messo in luce da Daniele Busi, direttore di Publicis Modern: l'overload, l'eccesso di informazioni, non solo pubblicitarie, incombe sul comune cittadino. Spam, si chiama in altri

campi, ma la sostanza (e l'effetto) non cambia. Oltre agli strumenti classici online come banner e overlay, si affermano le 'infiltration' in ambienti di aggregazione del target, come i blog e le communities, e alle partnership con Messenger o Facebook per parlare one2one al pubblico. «La grande sfida per i mezzi online è quindi tornare alla più antica missione della comunicazione: individuare il target e relazionarsi con esso - ha spiegato Fidelio Perchinelli, direttore generale di AssoComunicazione -. Il web non ha inventato nulla. Quella del comunicatore è la professione più antica del mondo. Si pensi al serpente e a Eva: la regola fondamentale della comunicazione è sempre individuare cosa, a chi e come. Il web non è che una nuova modalità per comunicare».

Per il b2b nasce la Comunika Tv

Punta sull'infotainment per offrire alle aziende nuove occasioni di comunicazione il progetto di web tv sviluppato dalla società Unicity in collaborazione con il Politecnico di Milano. Destinata a un target business, ComunikaTv (online all'indirizzo



www.comunika.tv) offre in formato Windows Media Player e Adobe Flash un palinsesto aggiornato da una redazione. Dieci diverse

rubriche settimanali verranno prodotte entro dicembre (al momento ce n'è una, Coffee & Com, mentre sono già attivi cinque canali tematici. Agr fornirà quattro edizioni di tv al giorno. Il tutto in live streaming e on demand. All'attivo ci sono già collaborazioni con lab, il Forum P.A. e Forum della Comunicazione e Atlante della Comunicazione, che fornisce un parco audience iniziale di 31mila professionisti.

AGENDA - Appuntamenti di oggi

● **lab Forum Roma 2008.** Prima edizione organizzata da lab Italia. Salone delle Fontane, via Ciro il Grande 10, Roma. Ore 9,30. Info: www.iabfourm.it. ● **Open day Slalom.** Via Adige 20, Milano. Dalle 10 alle 19. Tel. 02/58309584. ● **Conferenza stampa Ryanair** 'Cos'è cambiato negli ultimi 10 anni' con Alessia Viviani, direttore marketing e vendite di Ryanair. Cbo, via Paleocapa 7, Milano. Ore 10,30. Tel. 02/85458311. ● **Ricerca 'Glamour'.** Condé Nast presenta una ricerca sull'andamento del mensile. Condé Nast, piazza Cadorna 5, Milano. Ore 10,30. Tel. 02/70108230. ● **Seminario Bordonì 'Scienza e consulenza alle istituzioni: un binomio possibile'.** Palazzo Rospigliosi, via XXIV maggio 43, Roma. Ore 10.30. Tel. 06/32111680. ● **Fiera del Fitness.** The Westin Palace Hotel, piazza della Repubblica 20, Milano. Ore 10.30. Tel. 02/76002673. ● **Seminario Unicom 'New & Classic marketing: un'alleanza possibile'.** Piazza Bertarelli 1, Milano. Dalle ore 14. Tel. 02.86.38.15. ● **1a edizione di Ceres4Art.** Wannabee Gallery, via Goito 3, Milano. Ore 18. Tel. 02/77336418. ● **Il marketing emozionale in Accademia di Comunicazione.** Via Savona 112/A. Ore 19. Tel. 02/230061. ● **TomTom Cabaret.** Presentazione dei nuovi modelli. Connie Douglas, via Bordighera 15, Milano. Ore 19. Tel. 02/45486501. ● **'Fatti più in là' Party** di Fox Cult per il lancio de 'Le favolose sorelle bandiera'. Centrale Ristotheatre, via Celsa 6, Roma. Ore 21,30. Solo su invito. Tel. 334/7445447.



**IAB ROMA,
MERCATO ONLINE
CRESCE DEL 40%**

A pag. 4

lab Roma: mercato a +40%, vale 1 mld

Anche quest'anno il mercato dell'advertising online crescerà del 40%, con un giro d'affari che toccherà il miliardo di euro e una quota del 7% sul totale degli investimenti. Le proiezioni per il 2008 sono state espone da Layla Pavone,



Layla Pavone

presidente di IAB Italia, all'apertura del primo IAB Forum romano. Le prospettive fanno pensare che entro il 2010 la quota investimenti arriverà al 10%.

Nell'occasione sono state espone varie caratteristiche del fenomeno 'internet'. Quanto a incidenza sul time budget, il consumatore usa sempre meno i media analogici/tradizionali (basti pensare ai ragazzi di 16-24 anni che dedicano pari attenzione a internet e alla tv) per passare più tempo su internet, sia in termini assoluti che in tempo per sessione di connessione. Rispetto al 2003, oggi la tv viene vista il 7,7% in meno, radio -10,6% e giornali -11,8%. Rispetto al 2006, oggi internet sale del 145% in termini di utilizzo. Gli utenti in Italia sono 24 milioni (il 42% della popolazione) e si collegano in media quasi 5 volte a settimana; +17,5% rispetto al 2006. Anche gli utenti over 55 crescono: negli ultimi 3 anni sono il 10% in più, mentre il 48% degli utenti on line è donna, con una crescita del 22% rispetto al 2006. La banda larga a oggi ha raggiunto l'82% degli internauti.