



Roma - La pubblicità online cresce e l'interesse degli investitori per la rete è tale che prosegue inesorabile nel 2008, come già negli anni passati, il trasferimento sempre più consistente di budget pubblicitari dagli altri media. Ieri allo [IAB Forum](#) di Roma il presidente di IAB Italia **Layla Pavone** ha spiegato: "Siamo di fronte ad una esplosione del mercato".

In particolare, ha evidenziato, "le proiezioni 2008 indicano che il giro d'affari toccherà il miliardo di euro con un incremento rispetto al 2007 del 40%". Sono dati significativi, perché dicono che "il 7% dei budget pubblicitari verrà allocato su internet, quota che prevediamo arriverà al 10% sicuramente entro il 2010".

Si tratta dunque di una crescita non solo nei numeri ma anche nella centralità della rete per il mondo della pubblicità. A spingere ai cambiamenti, naturalmente, le **nuove abitudini degli italiani**.

Pavone ha ricordato le cifre delle più recenti rilevazioni: tra i 16 e i 24 anni i ragazzi dedicano alla televisione lo stesso tempo che dedicano ad Internet. E aumentano quelli che passano più tempo su Internet e che **più spesso accedono alla rete piuttosto che accendere il televisore**.

"Rispetto al 2003 - ha spiegato il presidente di IAB Italia - il tempo passato oggi davanti alla televisione è calato del 7,7%". Un fenomeno che non riguarda certo solo la televisione ma anche i giornali cartacei, scesi in quegli stessi anni dell'11,8%, e la radio, scesa del 10,6%. A fronte di tutto questo l'uso di Internet sale: dal 2006 ad oggi **l'uso della rete è cresciuto del 145%**.

La grande battaglia della pubblicità si gioca naturalmente sulle *eyeballs*, le pupille degli utenti, sui loro clic, sulle promozioni che seguono: si gioca cioè sui numeri e sull'attenzione degli utenti. In Italia, è stato detto, il 42% della popolazione utilizza Internet circa 5 volte alla settimana, si parla quindi di **24 milioni di persone**, decine di milioni di pupille da attirare con informazioni, offerte, sconti, bonus, concorsi, banner e via dicendo. Nel 2006 questo numero era del 17,5% più contenuto. L'aumento è dovuto anche alla diffusione della banda larga, che riguarda l'82% degli internauti e che si traduce anche nella possibilità di veicolare più facilmente pubblicità multimediali sul web.

Anche da questo punto di vista è significativo che **siano aumentati gli utenti over55**: in tre anni sono il 10% in più, mentre si riducono le distanze tra i sessi, col 48% di donne tra gli utenti italiani.