

Advertising Digitale: l'innovazione tecnologica è l'opportunità emergente, la qualità la nuova sfida

A-Day: oltre 30 protagonisti del mondo dell'editoria digitale, delle agenzie e dei centri media a confronto a Firenze per approfondire insieme a più di 200 aziende e professionisti italiani le potenzialità del web a supporto della crescita

Firenze, 14 novembre 2012 - Il Gruppo Dada ha aperto oggi le porte della propria sede di Firenze per ospitare "A-Day - Advertising Day Italia: Sviluppo!", un nuovo importante appuntamento dedicato al mondo dell'Advertising Digitale, organizzato dall'azienda con il Patrocinio del Comune di Firenze e di Fondazione Sistema Toscana. In occasione dell'evento editori, agenzie e centri media si sono confrontati su trend e prospettive di sviluppo del mercato, analizzando il tema del **Content Display Advertising** e tutte le opportunità che la comunicazione digitale è in grado di generare a vantaggio del business.

Punto di partenza della discussione è stato un esame dello scenario in evoluzione attraverso i dati presentati da **Chiara Galli**, *Head of Business Development Italy* di ComScore, che ha illustrato alcune peculiarità del nostro Paese. L'Italia detiene infatti il 15,2% della spesa totale europea per la **pubblicità online** con 1,2 miliardi di euro e una crescita del 15,5% anno su anno. In particolare è il mercato mobile (19,9 milioni di Euro) a rivelarsi molto forte e a rendere il potenziale degli investimenti adv in Italia più alto della media europea. Anche il video display advertising sta acquisendo un'importanza strategica con una crescita dell'85% anno su anno, perché offre l'opportunità di realizzare campagne senza confini e di diventare fornitori di contenuti che gli utenti si scambiano. Gli utenti unici totali del web sono oggi 28.580.000 con una crescita del 58% rispetto al 2007 e un aspetto interessante è che il 41% degli utenti Internet del nostro Paese accede al web utilizzando più di un dispositivo, a fronte di una media europea pari al 37%. Nel complesso l'Online Display Advertising in Italia ha chiuso il 2011 a 556 milioni di Euro, mentre i Classified ammontano a 239 e il Search a 448 milioni di euro.

Due tendenze chiave sono il Video e il Social. A settembre l'83% degli internauti italiani hanno guardato **video online** (il 17% in più rispetto allo scorso anno), mentre sul fronte **social** 27 milioni di visitatori, ovvero il 96% della popolazione italiana online, passa un terzo del proprio tempo online sui social media. Parallelamente l'accesso a Facebook da smartphone è cresciuto del 56% nel 2011 contro un 24% da PC. La **mobility** rappresenta infatti il terzo ambito strategico: il 5,6% del traffico in Italia avviene da dispositivi mobili, oltre il 50% degli italiani possiede uno smartphone e i tablet hanno registrato una crescita del 167% in meno di due anni, a favore dell'affermarsi dell'M-Commerce.

In questo contesto evolutivo emergono alcune sfide legate anche alla contrazione degli investimenti pubblicitari, che necessitano modalità innovative di misurazione in linea con il raggiungimento di determinati target e nuova attenzione alla qualità della

pubblicità e degli spazi. E' proprio su questi temi strategici che alcuni protagonisti del settore hanno fatto il punto con l'obiettivo di stimolare la condivisione di esperienze e punti di vista migliorando l'approccio di tutti gli attori. L'interessante confronto ha visto coinvolti **Claudio Corbetta**, Amministratore Delegato del Gruppo Dada, **Layla Pavone**, Amministratore Delegato di Isobar Communications, **Andrea Di Fonzo**, Chief Interaction Officer di GroupM, **Salvatore Ippolito**, Sales Director di Libero, **Davide Colono**, Responsabile Marketing di NextMediaWeb (Calciomercato.it), **Roberto Zanaboni**, Direttore Digital Advertising di RCS Media Group Div. Pubblicità, **Gianluca Carrera**, VP International & Managing Director Europe di Pubmatic, **Andrea Santagata**, Amministratore Delegato di Banzai Media, e **Roberto Barberis**, Direttore di Simply Advertising.

"Abbiamo deciso di organizzare un evento interamente dedicato al Content Display Advertising per offrire un'occasione di confronto sulle potenzialità offerte al settore dall'innovazione tecnologica e per analizzare sfide e opportunità della pubblicità digitale, facendo così conoscere agli editori gli strumenti più efficaci per massimizzare le revenue e alle aziende inserzioniste il valore di spazi di qualità e format coinvolgenti per catturare l'attenzione degli utenti. In un contesto affollato in termini di fruizione è infatti strategico puntare sulla qualità editoriale e sfruttare la leva della tecnologia per distinguersi. Siamo soddisfatti dei primi riscontri che stiamo ricevendo dal mercato a partire dall'ampia partecipazione a questo evento, che ci auguriamo possa essere il primo di una serie di appuntamenti" ha dichiarato **Claudio Corbetta**, Amministratore Delegato di Gruppo Dada.

L'evento proseguirà inoltre nel pomeriggio con due workshop di approfondimento durante i quali le aziende e i professionisti partecipanti avranno la possibilità di entrare nel merito di format e benefici concreti del Content Display Advertising e di acquisire consapevolezza delle molteplici opportunità offerte dal digitale per rispondere ad esigenze di business in costante evoluzione, grazie al confronto con professionisti del mondo dell'editoria, delle agenzie e dei centri media come **Luca Gurrieri**, Direttore Pubblicità Internet A. Manzoni & C., **Fabrizio Tomei**, Direttore BU Digital di SPE (Gruppo Monrif) e **Pierre Naggat**, Managing Director EU di Turn, ed altri esperti provenienti da realtà quali **Libero Adv**, **Google** e **Simply Advertising** (Dada SpA).

Per ulteriori informazioni sull'agenda e sui protagonisti dell'evento è possibile consultare il minisito dedicato: <http://www.a-day.it/index.html>

Per ulteriori informazioni:

www.dada.eu

www.register.it

Gruppo Dada

Dada S.p.A. - quotata al segmento STAR di Borsa Italiana - è uno dei principali player europei nella fornitura nei servizi professionali per la presenza e la visibilità in Rete.



Dada opera in Italia attraverso Register.it S.p.A., leader storico nella fornitura di servizi di registrazione di domini, hosting, protezione del brand e pubblicità digitale.

Register.it propone ai suoi clienti un'offerta di servizi professionali accessibili tramite la Rete e gestibili attraverso strumenti di controllo semplici e intuitivi. È inoltre il primo operatore italiano accreditato presso ICANN.

Con 510 mila aziende clienti e più di 1,8 milioni di domini di gestione, il Gruppo Dada si posiziona tra le prime realtà del settore della registrazione dei domini Internet e della gestione della presenza online di persone ed aziende in Europa; oltre ad operare in Italia attraverso Register.it, Dada è presente in Spagna, Regno Unito e Irlanda, Francia, Portogallo e Olanda rispettivamente attraverso i marchi Nominalia, Namesco, PoundHost, Register365 e il Gruppo Amen.

Ufficio stampa | Burson-Marsteller

Cinzia Trezzi - cinzia.trezzi@bm.com

Cristina Gobbo - cristina.gobbo@bm.com

Tel. (+39) 02 72143543

Relazioni Esterne Dada

Nicoletta Pinoia - nicoletta.pinoia@dada.eu

Monica Gilardelli - monica.gilardelli@dada.eu

Tel. (+39) 02 54027718