

A-Day: la diffusione pervasiva di device mobili e il crescente consumo di video online guidano l'evoluzione della comunicazione digitale

A fine anno gli smartphone in Italia saranno 37 milioni e la fruizione di video da mobile è cresciuta del 30% rispetto al 2012: ecco perché l'innovazione delle PMI italiane e la crescita delle start up passa anche da videobanner, tag mobile e nuovi format creativi

Firenze, 14 novembre 2013 - Il Gruppo DADA ha ospitato oggi la seconda edizione di "A-Day - Advertising Day: Display the future". Organizzato da Simply Adv e SPE del Gruppo Monrif, con il patrocinio di Fondazione Sistema Toscana, l'evento è stato un'occasione di formazione gratuita e dialogo non solo per i player del settore della comunicazione, ma anche per PMI e start up italiane per confrontarsi con editori, agenzie e centri media sui trend di mercato e sui nuovi strumenti di comunicazione. Al centro dell'appuntamento due dati: a fine anno gli smartphone in Italia saranno 37 milioni¹ e il consumo di video online è in costante crescita (+19% da PC e +30% da smartphone²). Perciò è fondamentale puntare su videobanner, tag mobile e nuovi format creativi per raggiungere il proprio target in modo mirato anche in mobilità. Un'opportunità per le PMI per rinnovare il proprio modello di comunicazione e per le start up per dare slancio al business.

Punto di partenza della discussione è stata proprio l'analisi dello scenario della comunicazione digitale a cura di Fabrizio Angelini, CEO di Sensemakers, rappresentante comScore in Italia. Tra le tendenze in atto si assiste a una crescente fruizione di video da parte degli italiani, che attraverso il PC interessa l'88% della popolazione online attiva ovvero oltre 28 milioni di persone e che attraverso smartphone coinvolge circa il 40% dei possessori ovvero più di 12 milioni di individui. E per quanto riguarda la mobilità, i dati comScore rivelano che 7,9 milioni di persone, cioè quasi il 30% di possessori di smartphone, hanno visto una pubblicità sul proprio device (+40% rispetto al 2012) e ben 2,6 milioni hanno cliccato sul banner pubblicitario. In questo scenario s'impongono quindi format innovativi e il mobile rappresenta anche un'ulteriore opportunità d'ingaggio per chi investe in pubblicità televisiva, poiché il 44% usa lo smartphone mentre guarda la TV e in particolare il 29% svolge attività collegate al programma televisivo e ben il 12% cerca informazioni sui prodotti pubblicizzati.

Le grandi opportunità offerte dal mobile sono state approfondite nel corso di A-Day anche da Marta Valsecchi, Responsabile della Ricerca dell'Osservatorio "Mobile Internet, Content & Apps" e di quello sul "Mobile Marketing & Service" presso la School of Management del Politecnico di Milano, che ha messo in evidenza l'impatto del New Internet su eCommerce e advertising. Sul mercato italiano si stima che a fine anno

¹ Dati degli Osservatori ICT del Politecnico di Milano – Novembre 2013

² Dati comScore – Settembre 2013



saranno in circolazione circa 37 milioni di smartphone e 7,5 milioni di Tablet. L'89% dei possessori di Smartphone lo utilizza abitualmente per Internet e il consumo medio ha superato i 60 minuti al giorno. Le percentuali crescono tra i possessori di Tablet: il 96% lo utilizza abitualmente per Internet e il tempo medio di navigazione quotidiano è pari a 75 minuti. Questi device rivoluzionano il paradigma stesso del web: i Social Network assumono il ruolo di traino in precedenza prerogativa dei motori di ricerca; l'accesso ai contenuti Web è mediato dalle App; in ambito media si iniziano ad affermare modelli di business basati su ricavi pay; Internet diventa sempre più multimediale grazie a una pervasiva diffusione dei Video. L'eCommerce è tra i primi settori a beneficiarne: gli acquisti tramite smartphone hanno registrato una crescita del 255% nel 2013 superando i 500 milioni di euro e assieme agli acquisti via tablet, pesano per il 12% sul totale del mercato eCommerce. All'interno dell'Internet Advertising, il cui valore nel 2013 è stimato pari a 1,46 miliardi di euro (+12%), la componente legata al New Internet supera un terzo del mercato ed è in crescita del 63%, grazie in particolare al Mobile e ai Video.

"I dati presentati oggi sottolineano l'importanza di innovare i modelli di comunicazione e puntare su format creativi in grado di raggiungere un'audience sempre più connessa. Ciò rappresenta una priorità per i protagonisti del mondo della comunicazione, che devono far evolvere la propria proposta contribuendo al rinnovamento del settore, e costituisce un'opportunità significativa per le aziende, che possono raggiungere in modo più efficace il proprio target", ha dichiarato Claudio Corbetta, Amministratore Delegato del Gruppo DADA. "Non solo le grandi ma anche le piccole realtà possono beneficiare di videobanner, tag mobile e annunci in mobilità per dare nuova visibilità al proprio business, perché a tal fine è strategico utilizzare strumenti in linea con i trend. Puntare sulla comunicazione creativa rappresenta una strada imprescindibile sia per le PMI tradizionali, sia per le start up, perciò abbiamo organizzato A-Day anche con l'intento di offrire un'occasione di formazione e confronto per aiutarle a sfruttare a proprio vantaggio le ultime frontiere della comunicazione. Dopotutto dalla crescita di PMI e start up dipende la competitività dell'intero Paese".

Oltre a Claudio Corbetta, sono intervenuti sul tema *Creatività e Pianificazione Multi-device*, Gabriele Mirra di ItaliaOnline, Federico De Nardis di Maxus EMEA, Fabrizio Tomei di SPE - Gruppo Monrif, Mariano Tredicini di Telecom Italia/TIM, Umberto Basso di H-Art e Layla Pavone di Isobar, AssoCom, Italia Startup, che ha portato il suo contributo anche in una tavola rotonda in cui i player della comunicazione e le start up si sono confrontate sul valore dell'Advertising per innovare business tradizionali e creare startup di sistema, a cui hanno partecipato anche Massimo Pattano di Simply Adv - Gruppo DADA, Leonardo Francalanci di Tre Effe / Stampam, Luca Micheli di QuizPatente!, Massimo Ciuffreda di Wiman, e Andrea Di Camillo di Fondo P101.

La seconda edizione di A-Day è anche stata un'occasione per presentare gli obiettivi e il raggio di azione del **Club degli Editori Digitali**, un'associazione con sede a Firenze che si pone due obiettivi primari, ovvero **creare un network online per dare voce ai Piccoli Medi Editori italiani** all'interno del mercato nazionale/internazionale dell'advertising e **organizzare occasioni di confronto** con i principali operatori della tecnologia, gli investitori e le amministrazioni pubbliche per trattare temi di interesse comune. Ne



hanno parlato i fondatori Roberto Barberis di Simply Adv - Gruppo DADA, e Gian Luca Benci di Alias2k, oltre a Michele Marzan di Zanox e Salvatore Pugliese di Brown Editore, che hanno aiutato i professionisti presenti a comprendere i vantaggi del networking e ad approfondire le finalità del Club.

Ulteriori informazioni sull'evento e sui suoi protagonisti sono disponibili sul minisito dedicato: www.a-day.it e su www.editoridigitali.org.

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 di persone ed aziende e vanta oltre 515 mila aziende clienti e più di 1,7 milioni di domini di gestione.

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.

A livello internazionale 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