



Inspiring Excellence
in Communications
Worldwide

Conversazione IAA Italy - Milano 22 novembre 2011

I-phone, I-pad, nuovi schermi per mobile advertising

La Conversazione organizzata da IAA Italy sul tema "I-phone, I-pad, nuovi schermi per mobile advertising" presso la sede della Sipra di Milano è stata un'occasione per fare il punto sulla situazione della tecnologia e delle opportunità di nuovi business pubblicitari. I contributi presentati dagli speaker, introdotti da **Paolo Lutteri**, responsabile Marketing Internazionale di Sipra, sono stati particolarmente incisivi e brillanti. Ecco sinteticamente alcuni dei temi trattati.

Venanzio Camarra, Presidente Capitolo Italiano IAA, ha messo l'accento sull'attenzione che i professionisti della pubblicità stanno dando ai nuovi devices, sviluppando la creatività specifica necessaria per aprire nuove dimensioni di comunicazione.

Il Presidente di Assodigitale, **Michele Ficara**, ha ricordato come i fatturati pubblicitari sui mezzi sono spesso proporzionali al tempo che l'utente dedica. E' quindi in crescita tutto quanto riguarda la navigazione sul web. Facebook e Twitter costituiscono un eccellente palcoscenico anche per le aziende. Anche l'Italia deve essere pronta ad affrontare le relazioni globali attraverso i social media.

Andrea Boaretto, responsabile dei Progetti di Marketing della Scuola di Management del Politecnico di Milano ha evidenziato che il mobile marketing connesso con l'I-phone e con le reti vada affrontato in modo strategico. Già oggi il 90% del mondo ha una copertura di rete mobile e si stima che entro il 2013 il numero degli smart-phone disponibili supererà quello dei personal computer. Il mobile diventa un eco-sistema convergente nel quale vanno ridefinite le azioni, gli strumenti e le metriche. Il Politecnico di Milano svolge da tempo un accurato monitoraggio delle principali attività degli utenti sui nuovi schermi.

Pieranna Calvi, dirigente del Marketing Editoriale Pubblicitario Web di Sipra, ha illustrato il potenziale pubblicitario sia nei classici segmenti dell'advertising (display, lead generator) sia nelle possibili integrazioni e sinergie con gli altri mezzi, presentando come esempio la case-history del programma Voyager su Rai. Le campagne pubblicitarie per I-phone e I-pad spingono l'utente ad una positiva interazione con i programmi tv.

Il sito www.iaaitaly.org verrà aggiornato come di consueto con i documenti delle Conversazioni svolte.

ufficiostampa@iaaitaly.org

22 novembre 2011