



WELCOME TO THE  
NEW NORMAL AGE

this is the

NEW NEW  
NORMAL









UNA  
NOVITÀ  
DIVENTATA  
NORMALE

Cavan Images/Getty Images



# THE NEW NORMAL

#5

**BECOME**  
**MAYOR**  
**WITHOUT**  
**ELECTION**



“I can't go back to yesterday, because  
I was a different person then.”

Lewis Carroll



# COSA ESSERE TU?





**THE NEW  
NORMAL**

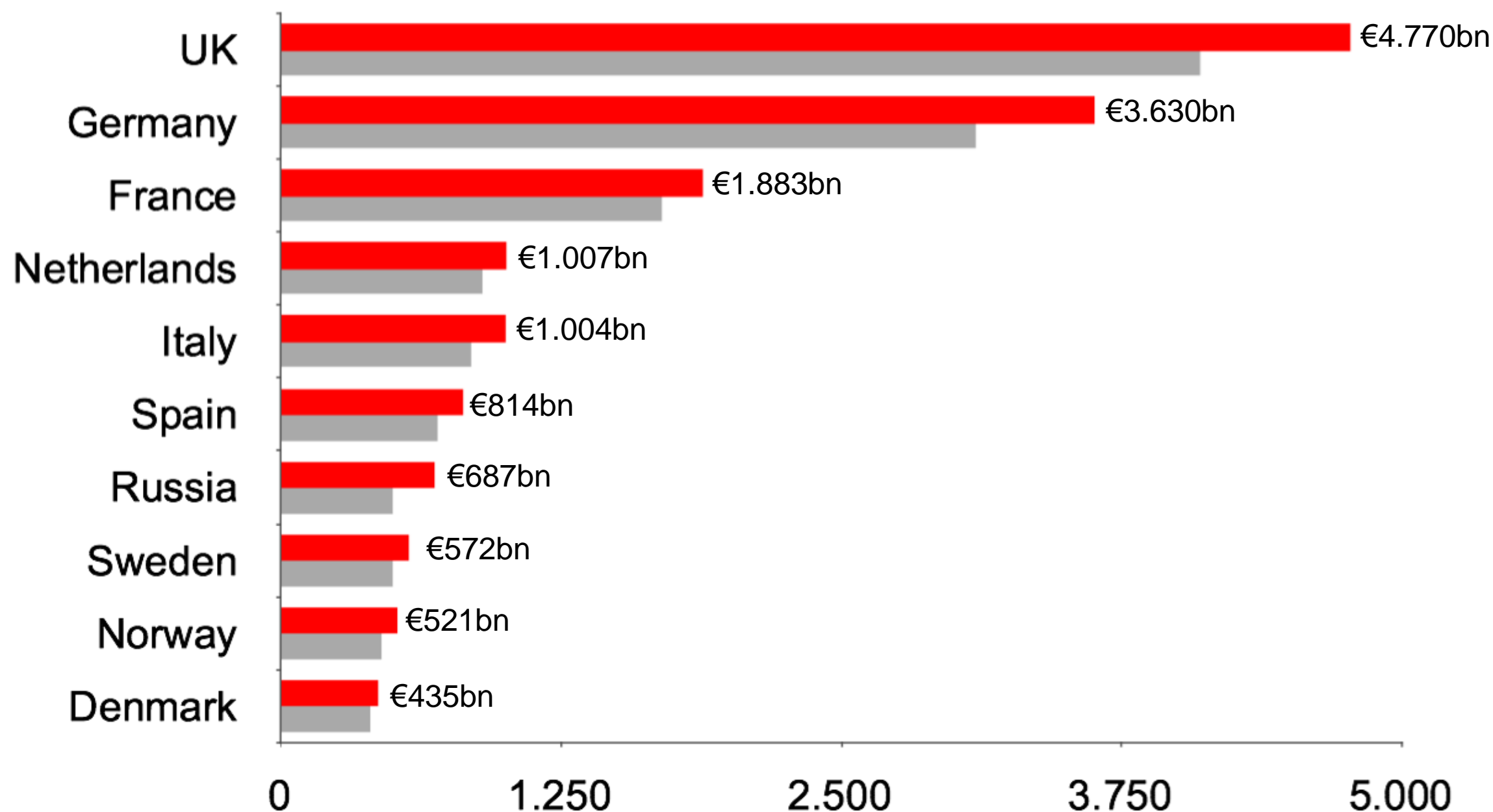
# MERCATO PUBBLICITARIO



# SUPERATA LA SOGLIA DEL MILIARDO ... È TARDI PER UN ORDINE DA 3MIO?

■ 2010

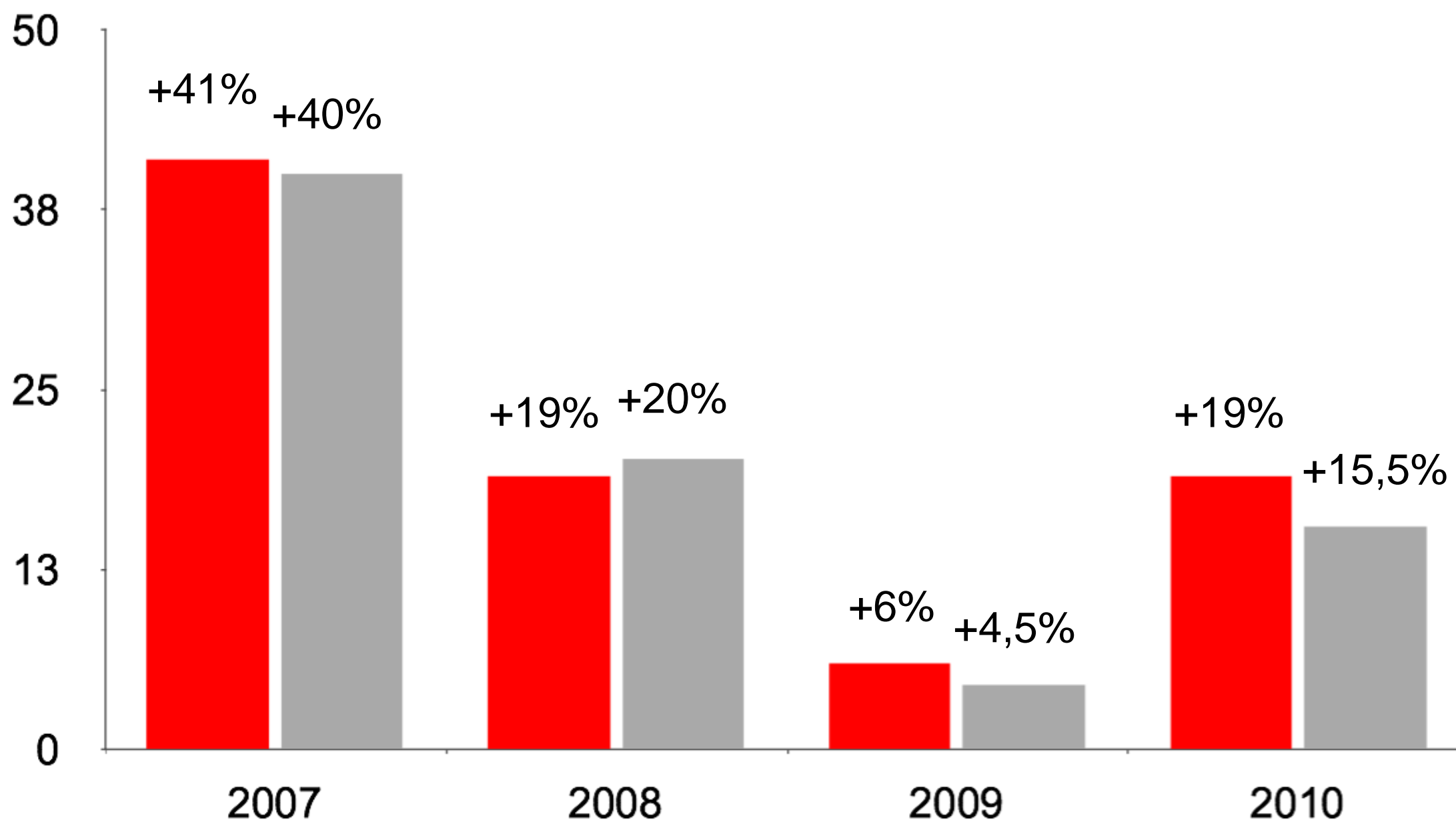
■ 2009



Fonte: ITALIA: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen. EUROPA: IAB Europe.

# ITALIA ED EUROPA A CONFRONTO

■ Italia ■ Europa

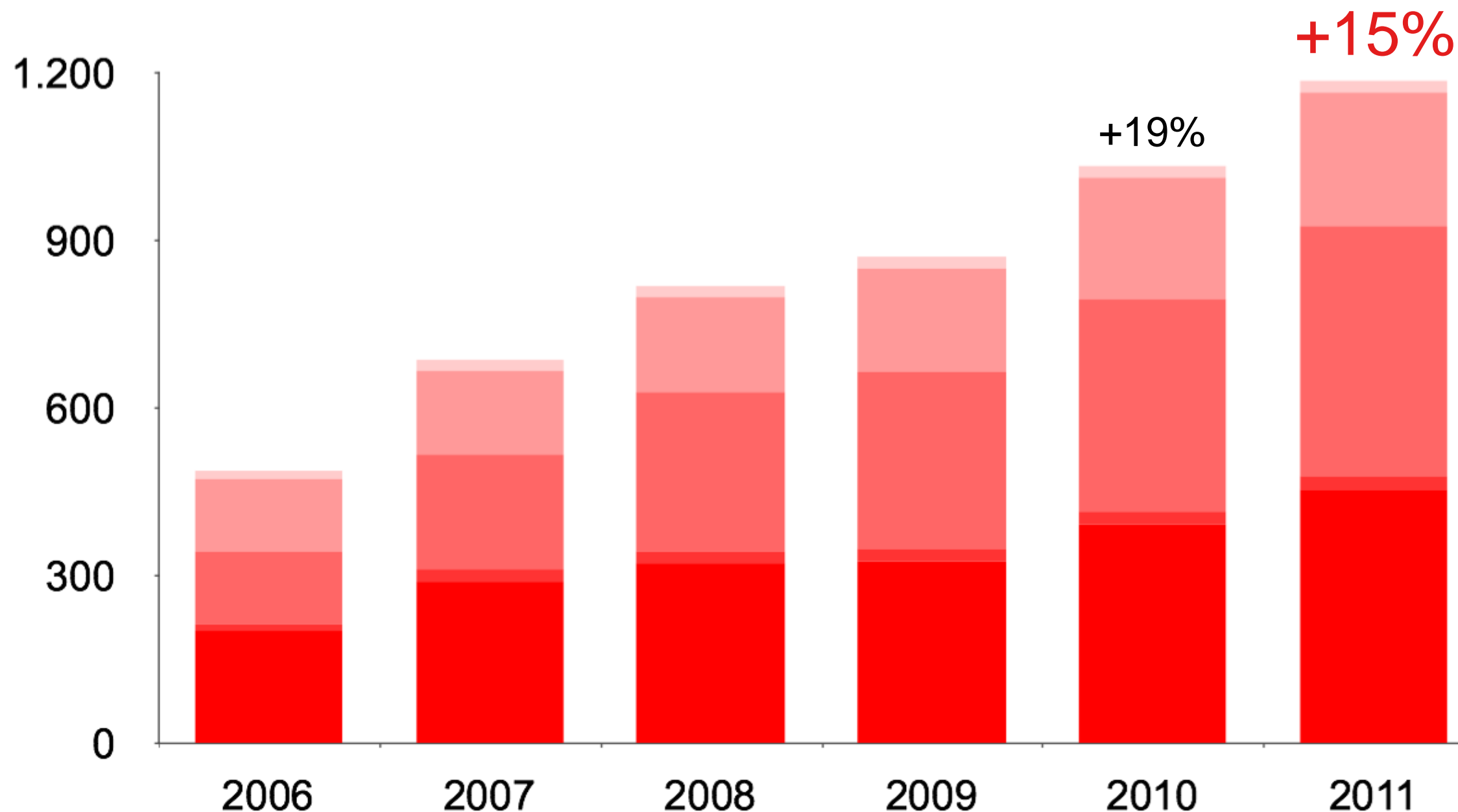


Fonte: ITALIA: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen. EUROPA: Iab Europe.



# ONLINE ADV DAL 2006

display e-mail search classified + directories mobile

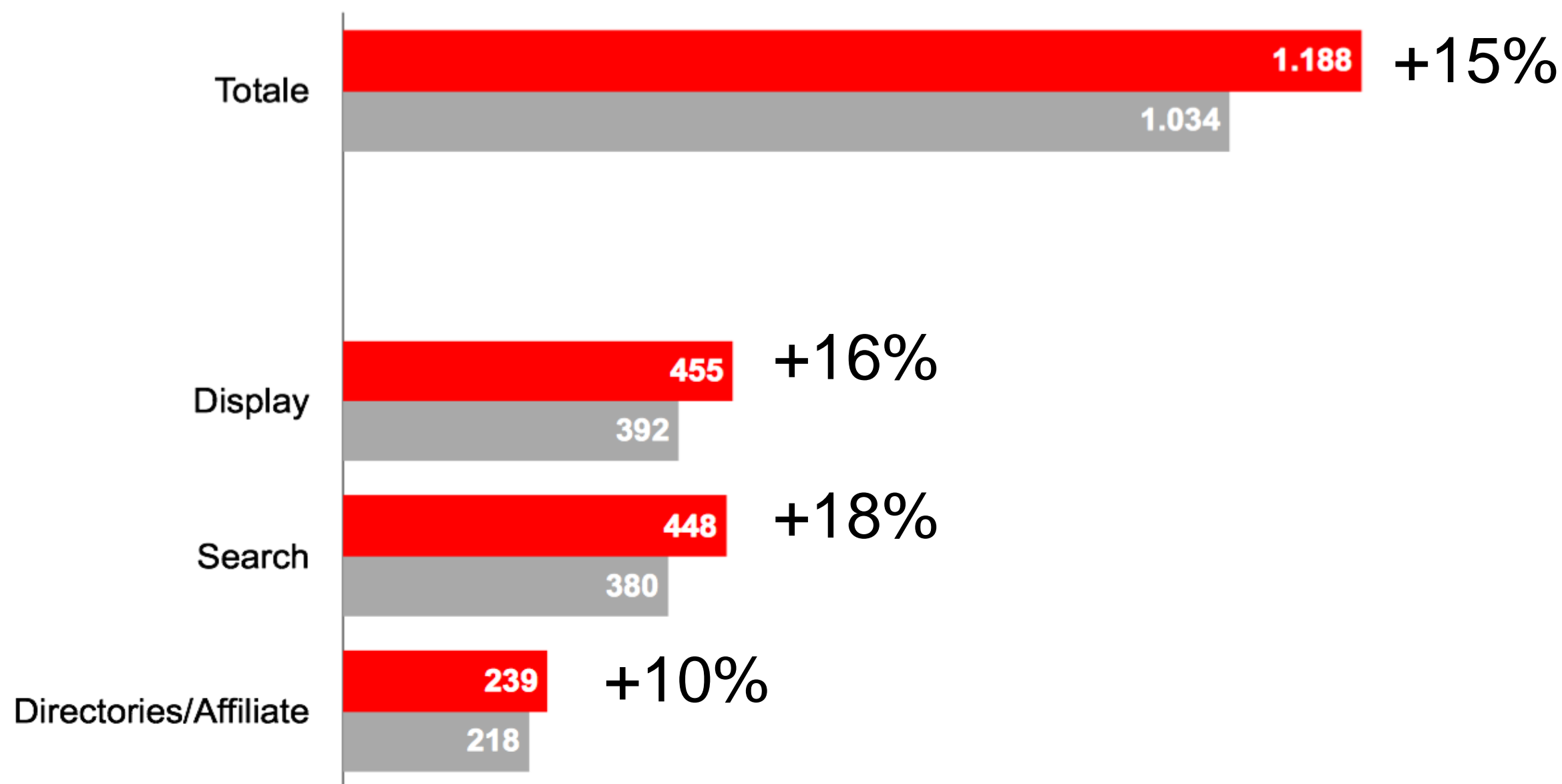


Fonte: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen.

# INVESTIMENTI INTERNET: 1,2 MILIARDI

■ 2011

■ 2010

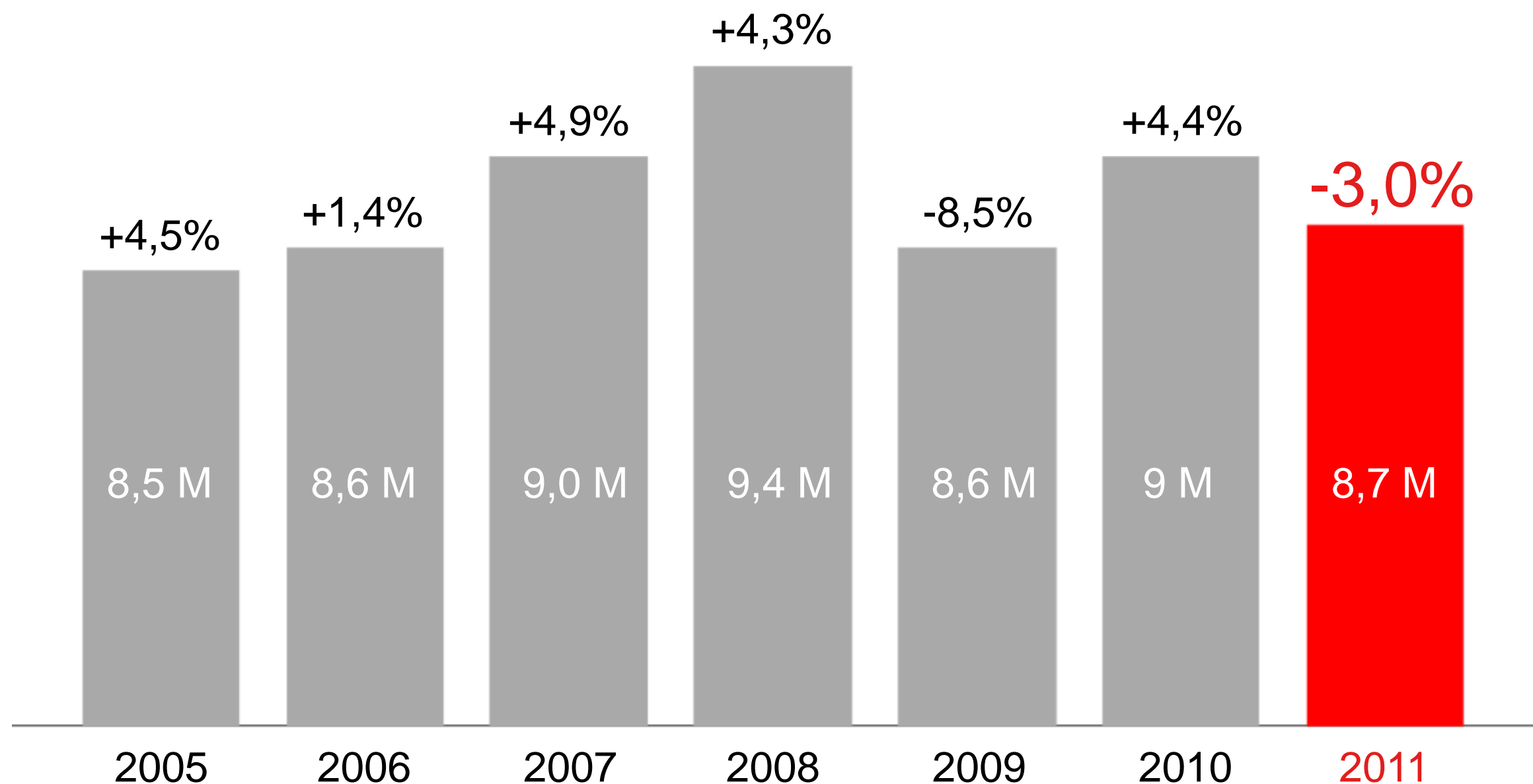


Fonte: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen.



# MERCATO PUBBLICITARIO

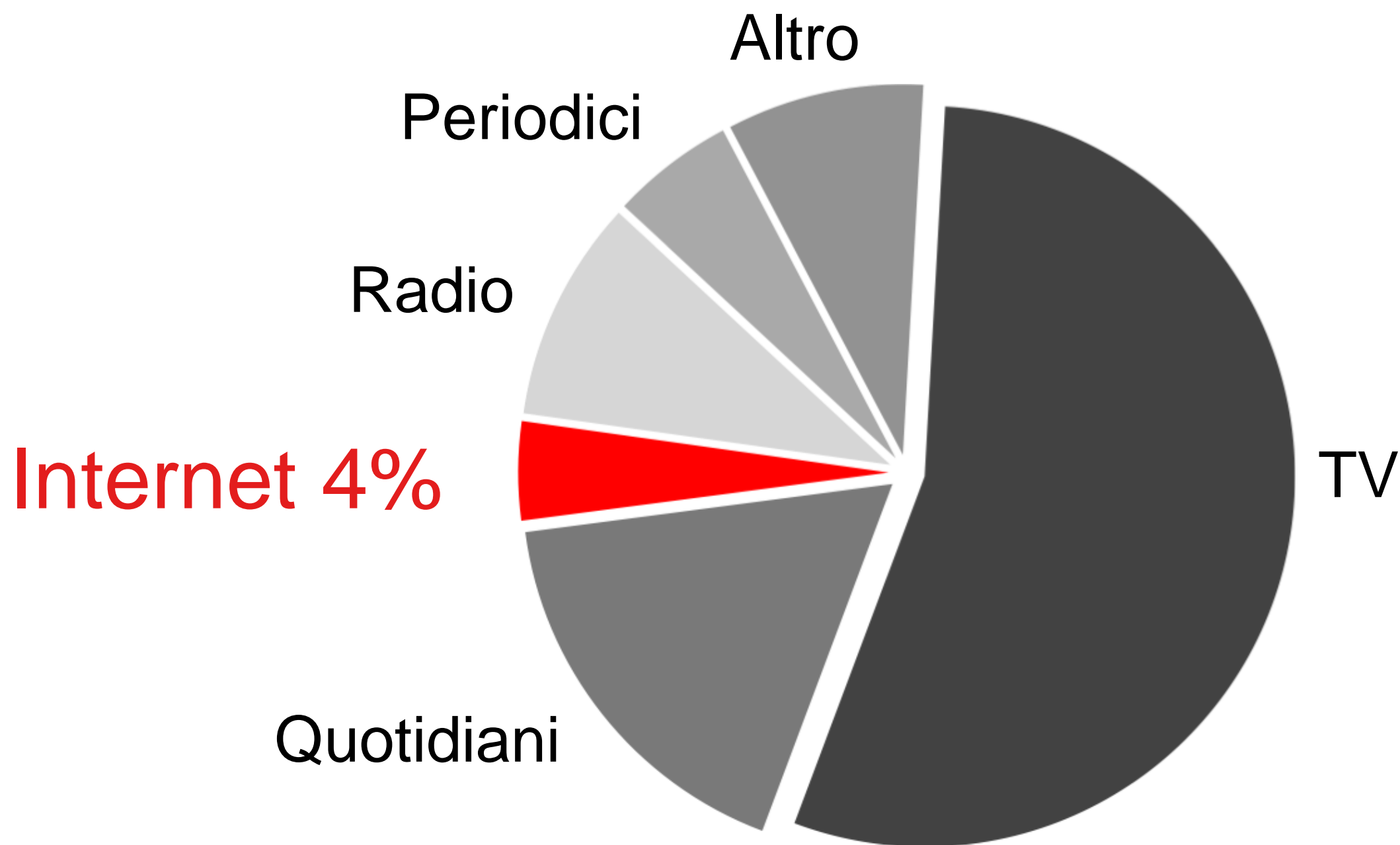
2005-2011



Fonte: stima IAB su dati Nielsen.

# MERCATO PUBBLICITARIO

Quote 2006

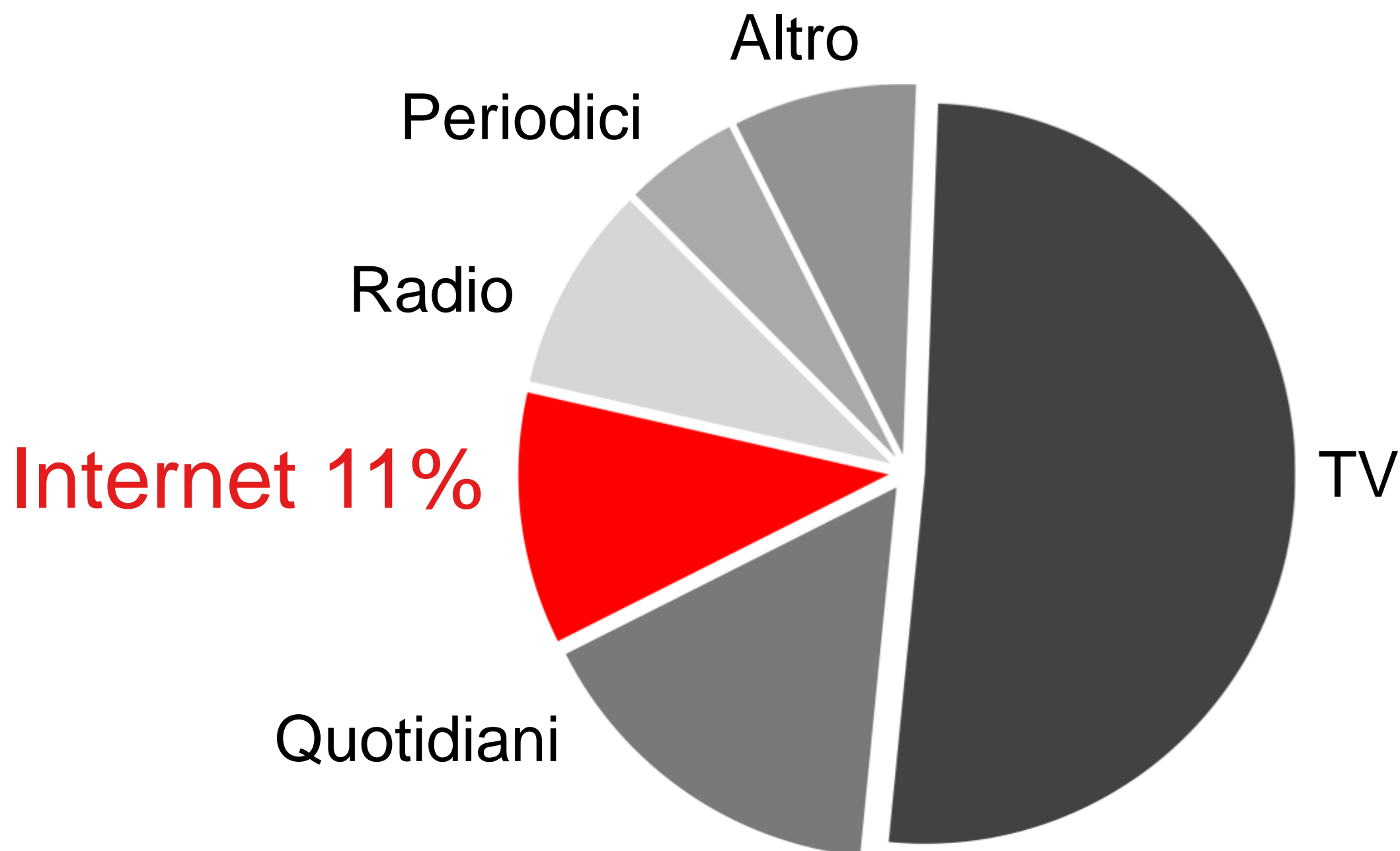


Fonte: IAB per internet, Nielsen per gli altri mezzi.



# MERCATO PUBBLICITARIO

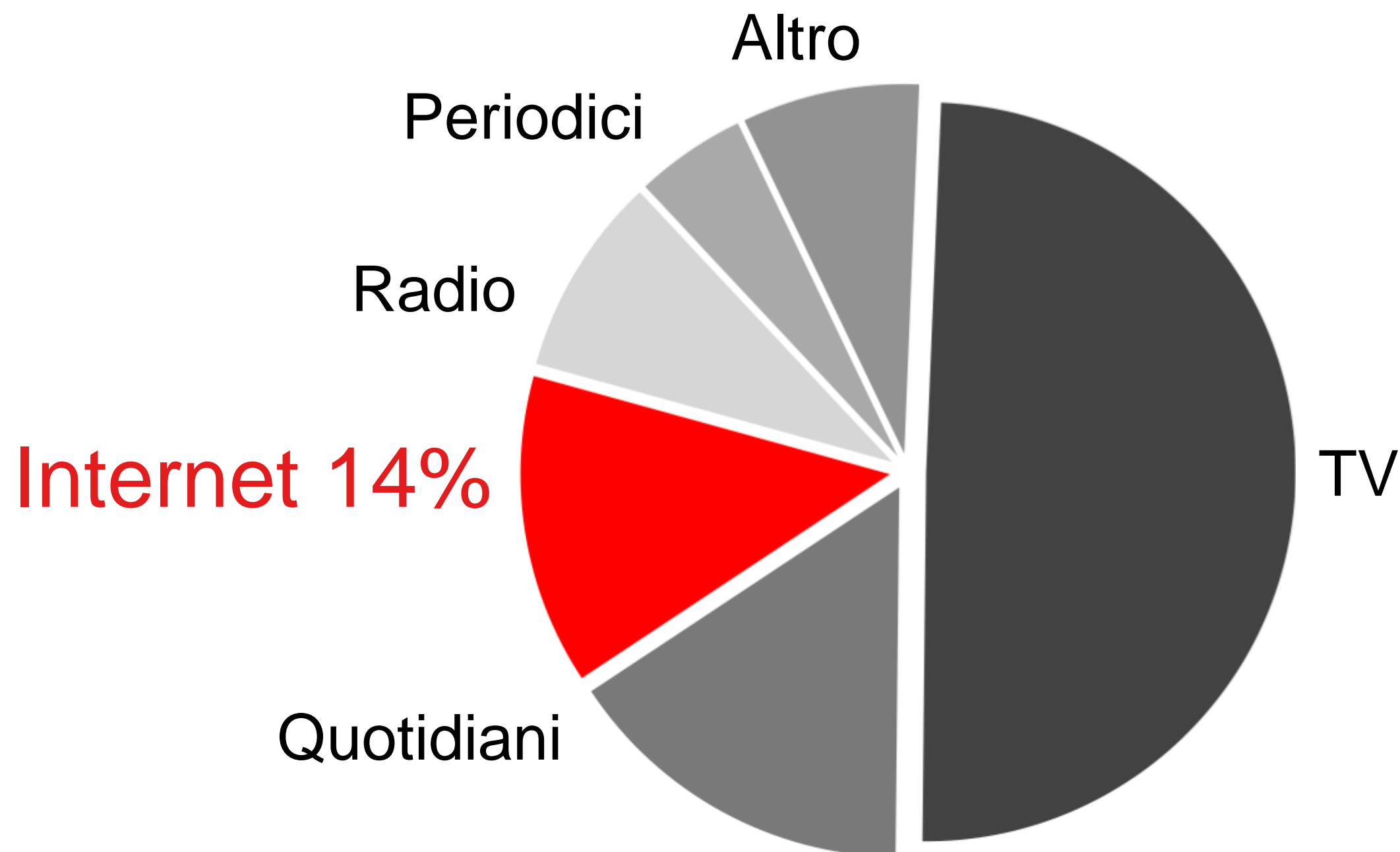
Quote 2010



Fonte: IAB per internet, Nielsen per gli altri mezzi.

# MERCATO PUBBLICITARIO

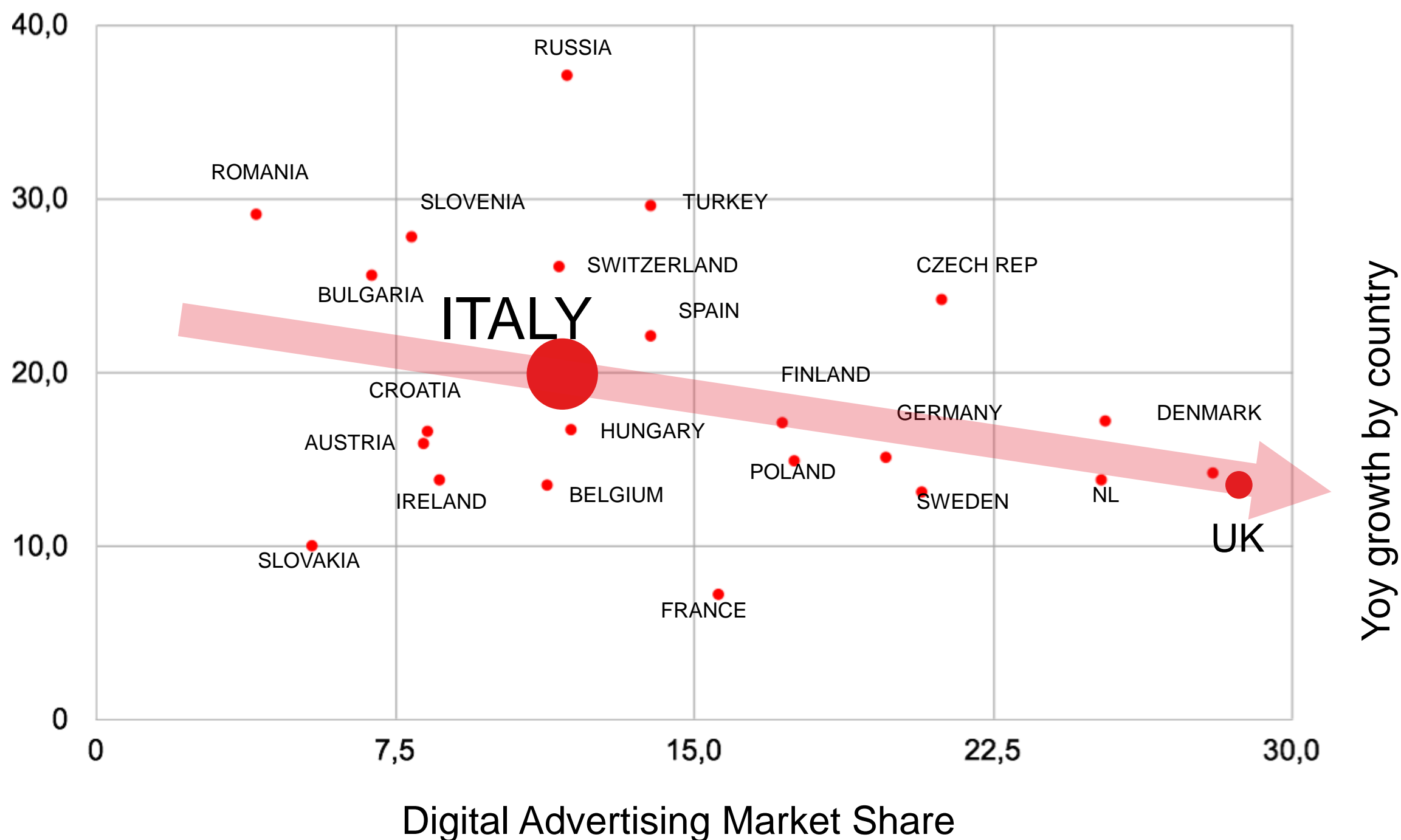
Quote 2011



Fonte: IAB per internet, Nielsen per gli altri mezzi.



# UN PERCORSO DI CRESCITA GIÀ DEFINITO



Fonte: ITALIA: Eleborazione IAB su dati FCP/Nielsen. EUROPA: Iab Europe.

# RAPPORTO ADV / PAGINE VISTE / UTENTI

Paese	ADV (€)	Pagine Viste	€ ogni 100 pv	Utenti Attivi	€/utente attivo
UK	4,7 miliardi	91,2 miliardi	5,15	39.543.396	119
Germania	3,6 miliardi	127 miliardi	2,86	47.801.625	76
Francia	1,8 miliardi	111 miliardi	1,7	41.096.378	46
<b>Italia</b>	<b>1 miliardo</b>	<b>57,2 miliardi</b>	<b>1,75</b>	<b>26.247.000</b>	<b>38</b>
Spagna	814 milioni	51,7 miliardi	1,57	22.724.468	36

Fonte: Elaborazioni IAB su dati Nielsen (No classified e Directories) e dati Audiweb

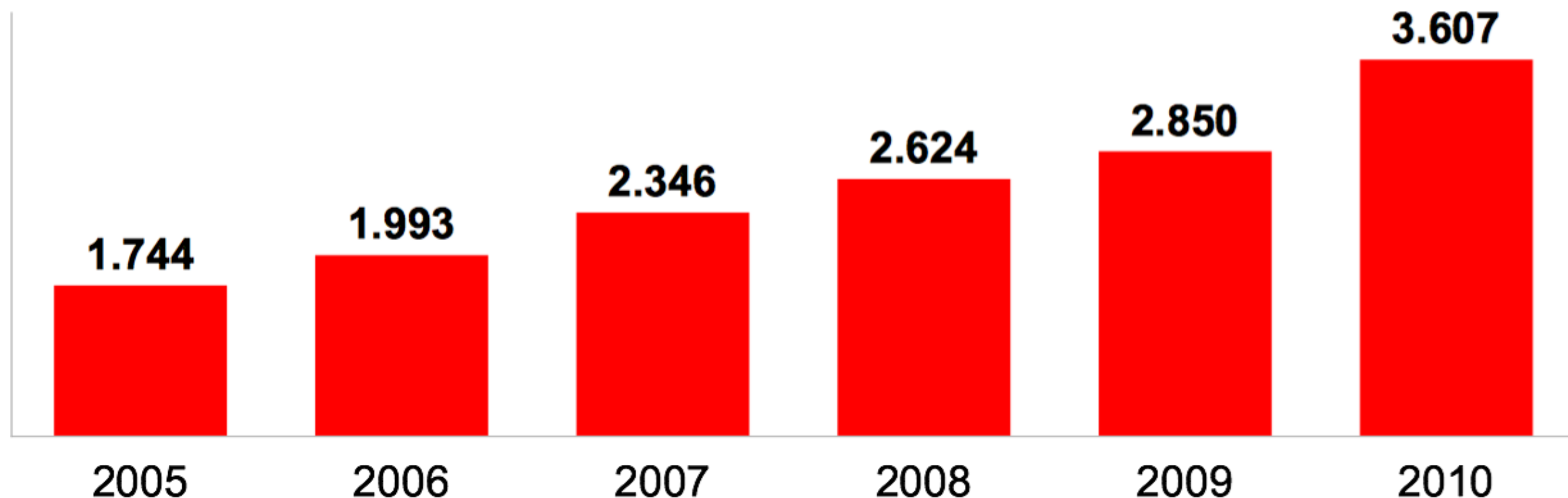
THE NEW  
NORMAL

UTENTI  
PUBBLICITARI



# TREND DI CRESCITA

Aziende inserzioniste nel 2010: +27% YoY



## New

2.081 aziende  
pari a 24,8 milioni €

## Stable

1.533 aziende  
pari a 320,6 milioni €

## Lost

1.318 aziende  
pari a 18,5 milioni €

# L'INVESTIMENTO DELLE AZIENDE NEGLI ULTIMI 5 ANNI



-27,7% inv. medio

.....

+ aziende  
- investimento



-11,7% inv. medio

.....

+ aziende  
- investimento



+9,3% inv. medio

.....

- aziende  
+ investimento



+107% aziende  
+46,1% inv. medio

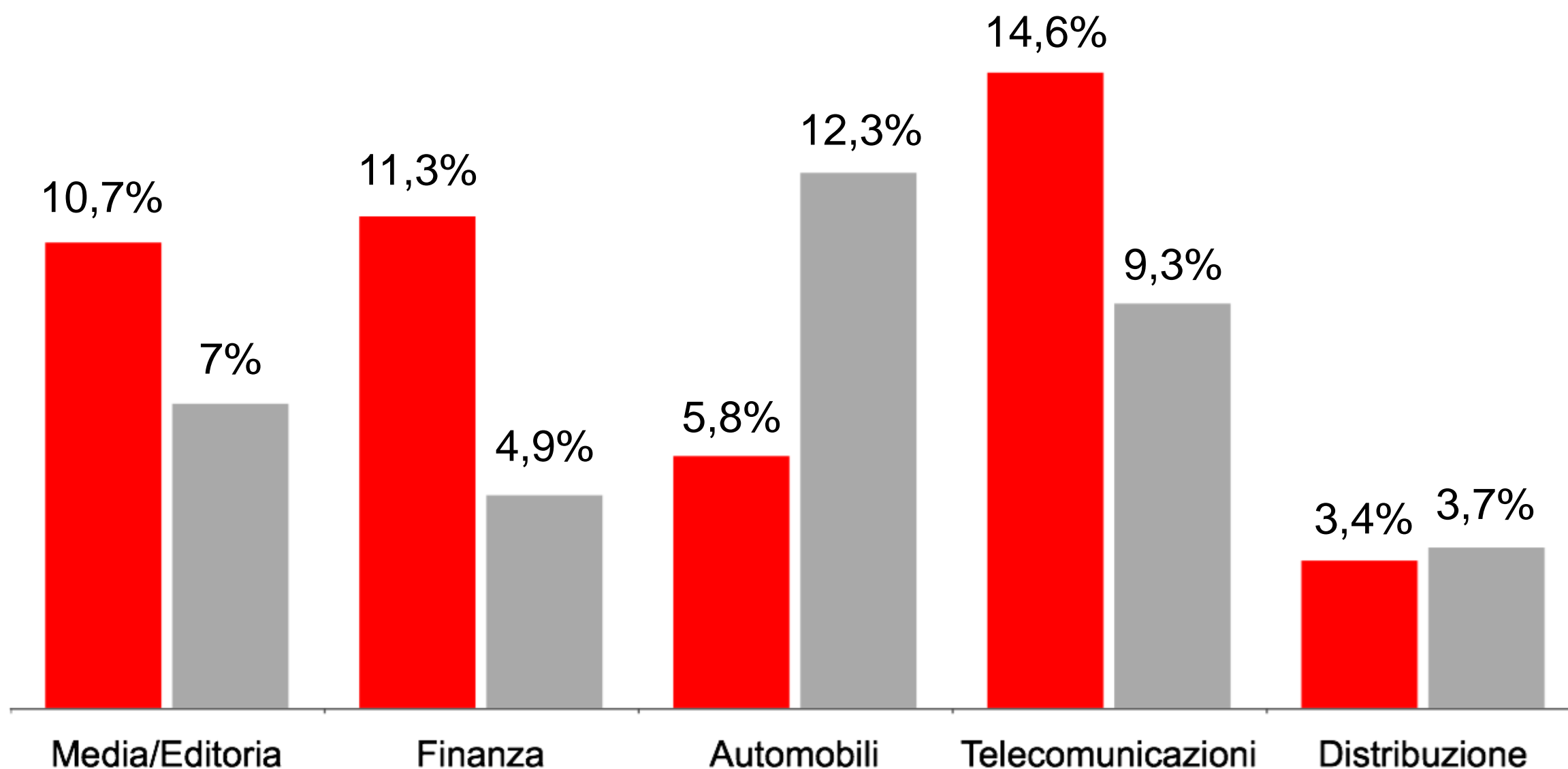
.....

+ aziende  
+ investimento

# 2005: I SETTORI PRINCIPALI

(86% quota)

■ Internet    ■ Totale Mercato



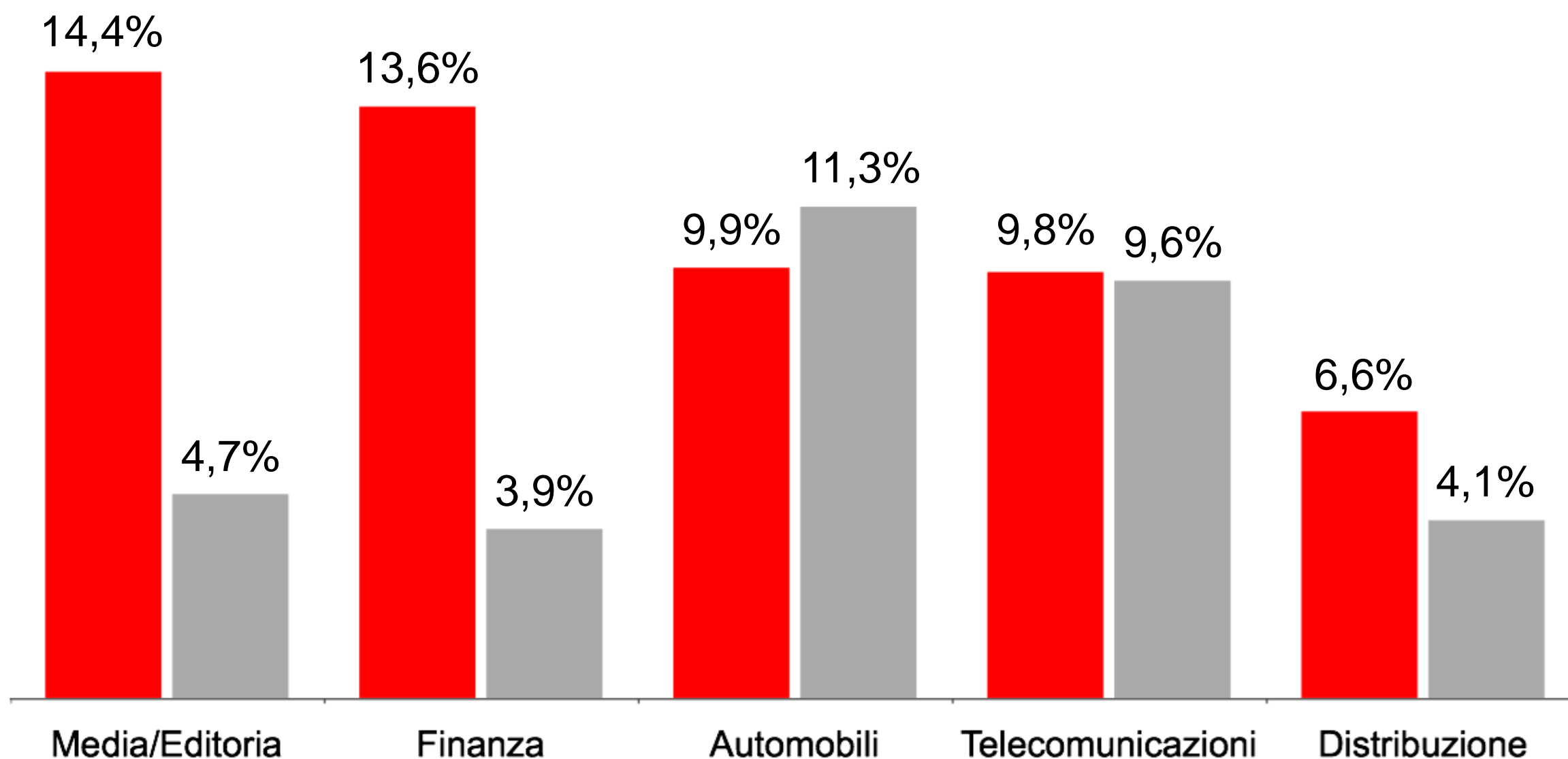
Fonte: Nielsen, 2010 – dati inerenti alla sola pubblicità Display.



# 2010: I SETTORI PRINCIPALI

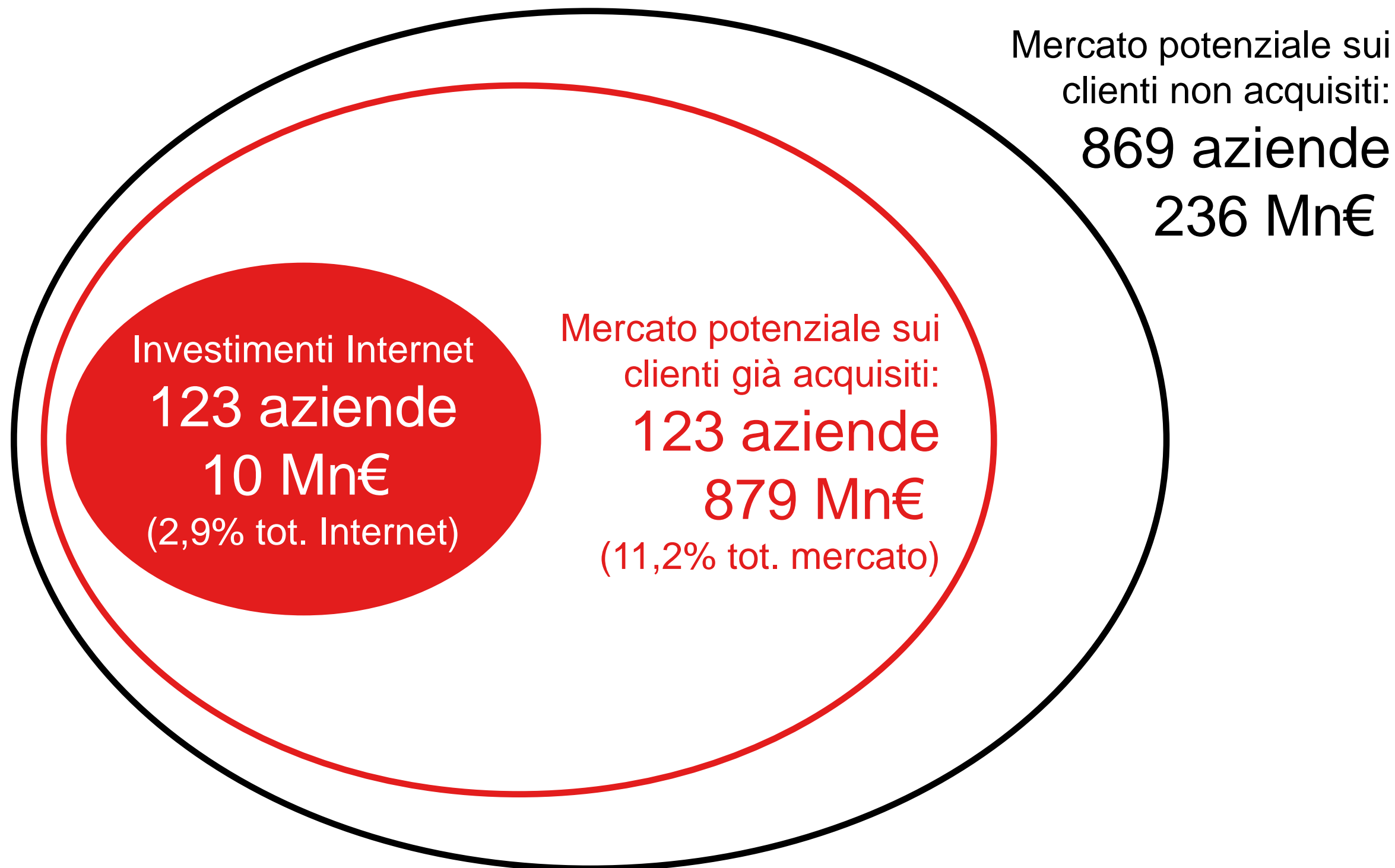
(80% quota)

■ Internet    ■ Totale Mercato



Fonte: Nielsen, 2010 – dati inerenti alla sola pubblicità Display.

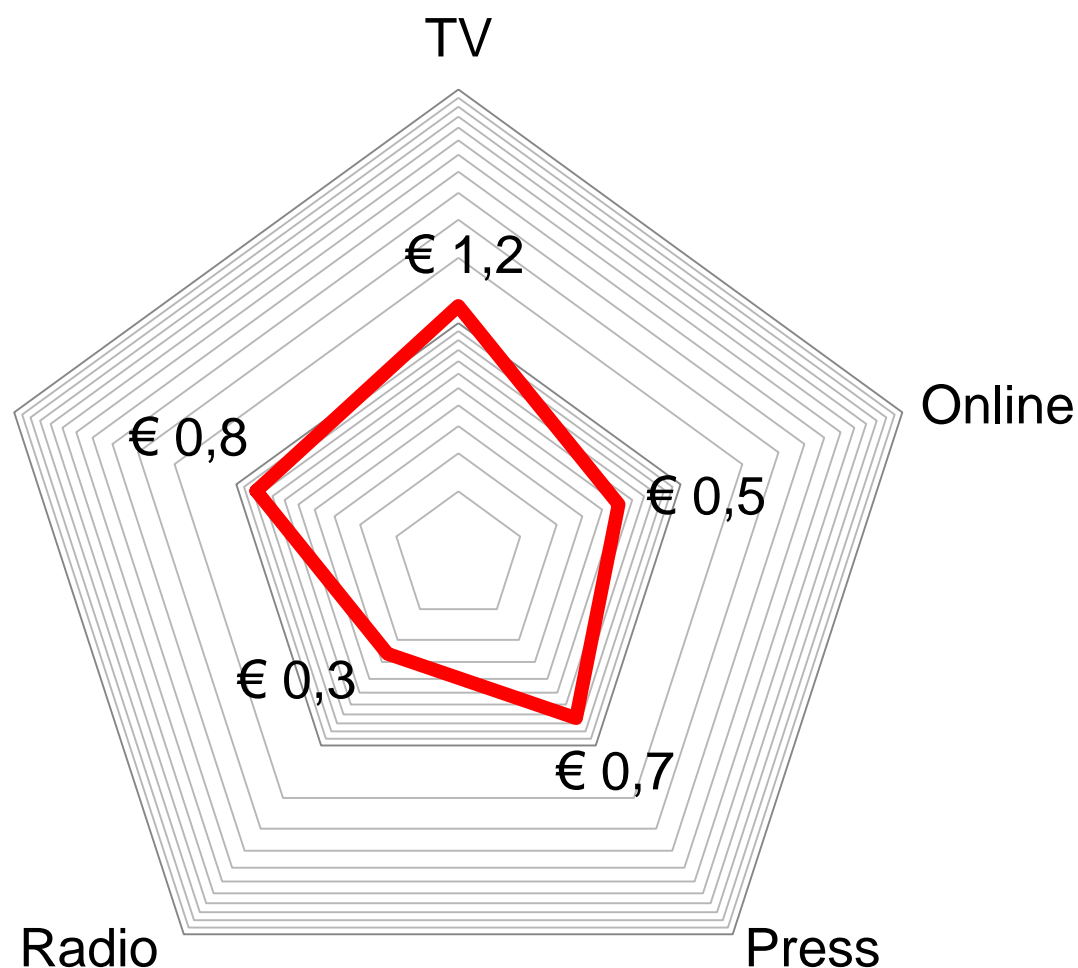
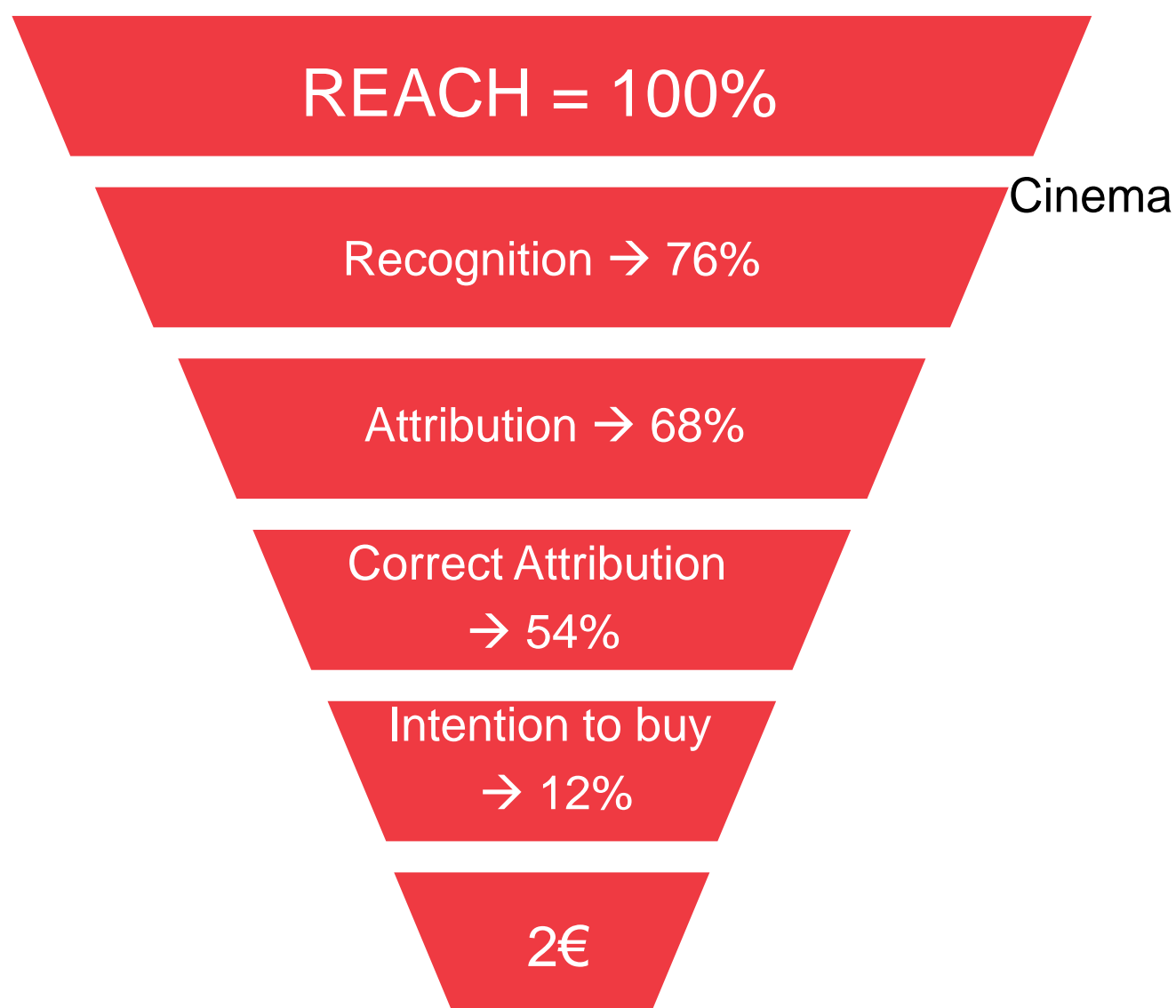
# IL SETTORE ALIMENTARE



# THE BRAND GAP

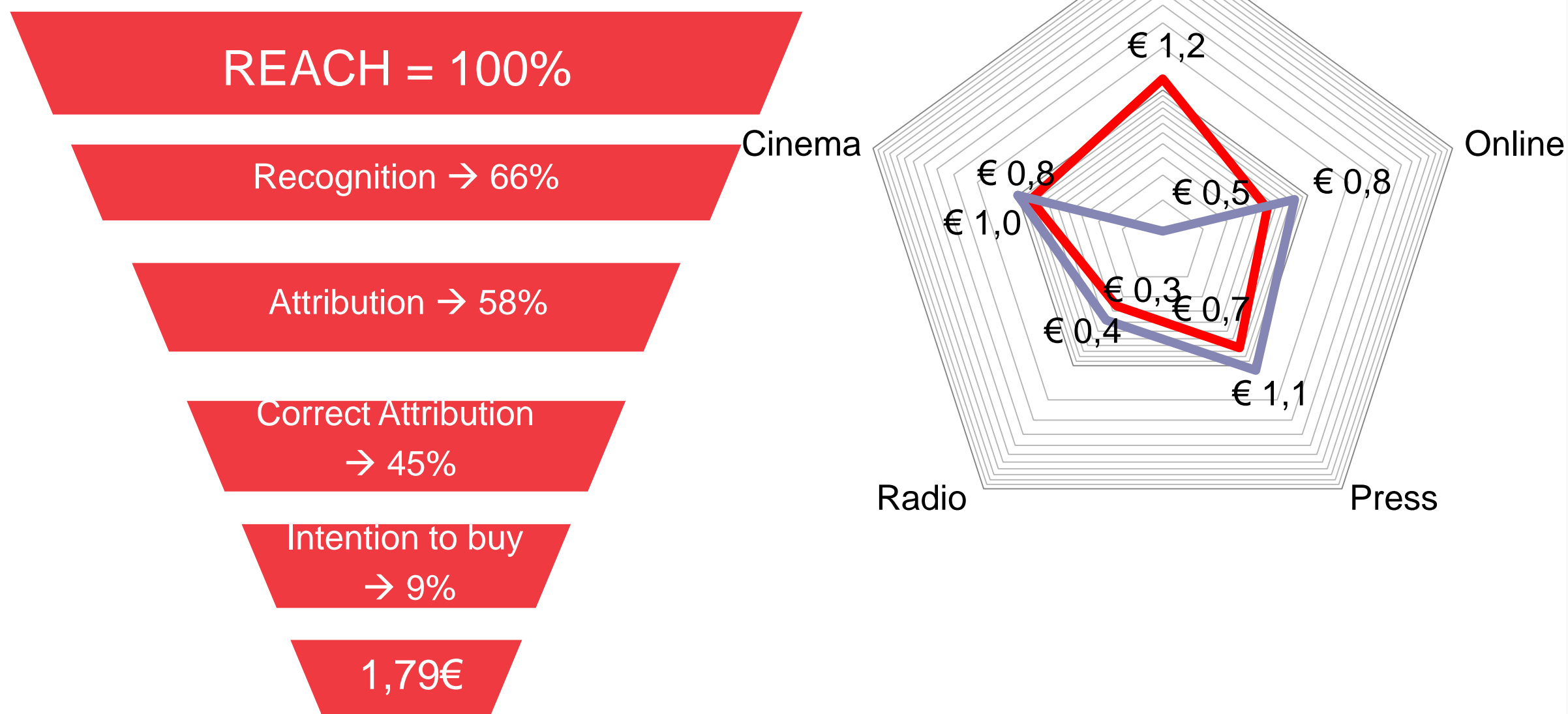


# PIANIFICARE CROSS-MEDIA NEL NEW NORMAL



TV 1,7 mio  
Online 1,1 mio  
Press 1 mio  
Radio 0,5 mio  
Cinema 0,2 mio

# PIANIFICARE CROSS-MEDIA NEL NEW NORMAL – NO TV



# PIANIFICARE CROSS-MEDIA NEL NEW NORMAL – NO ONLINE

REACH = 100%

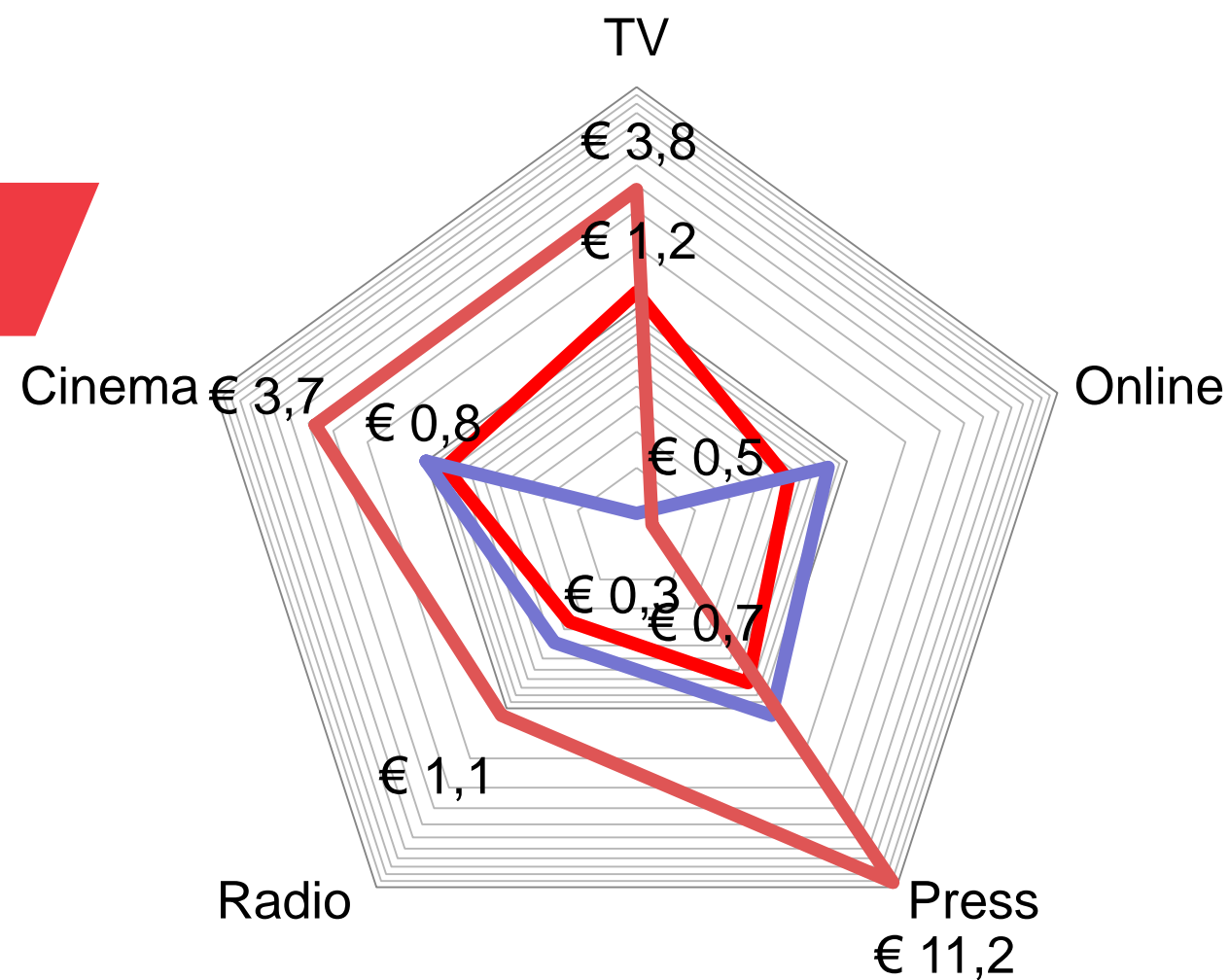
Recognition → 53%

Attribution → 46%

Correct Attribution  
→ 31%

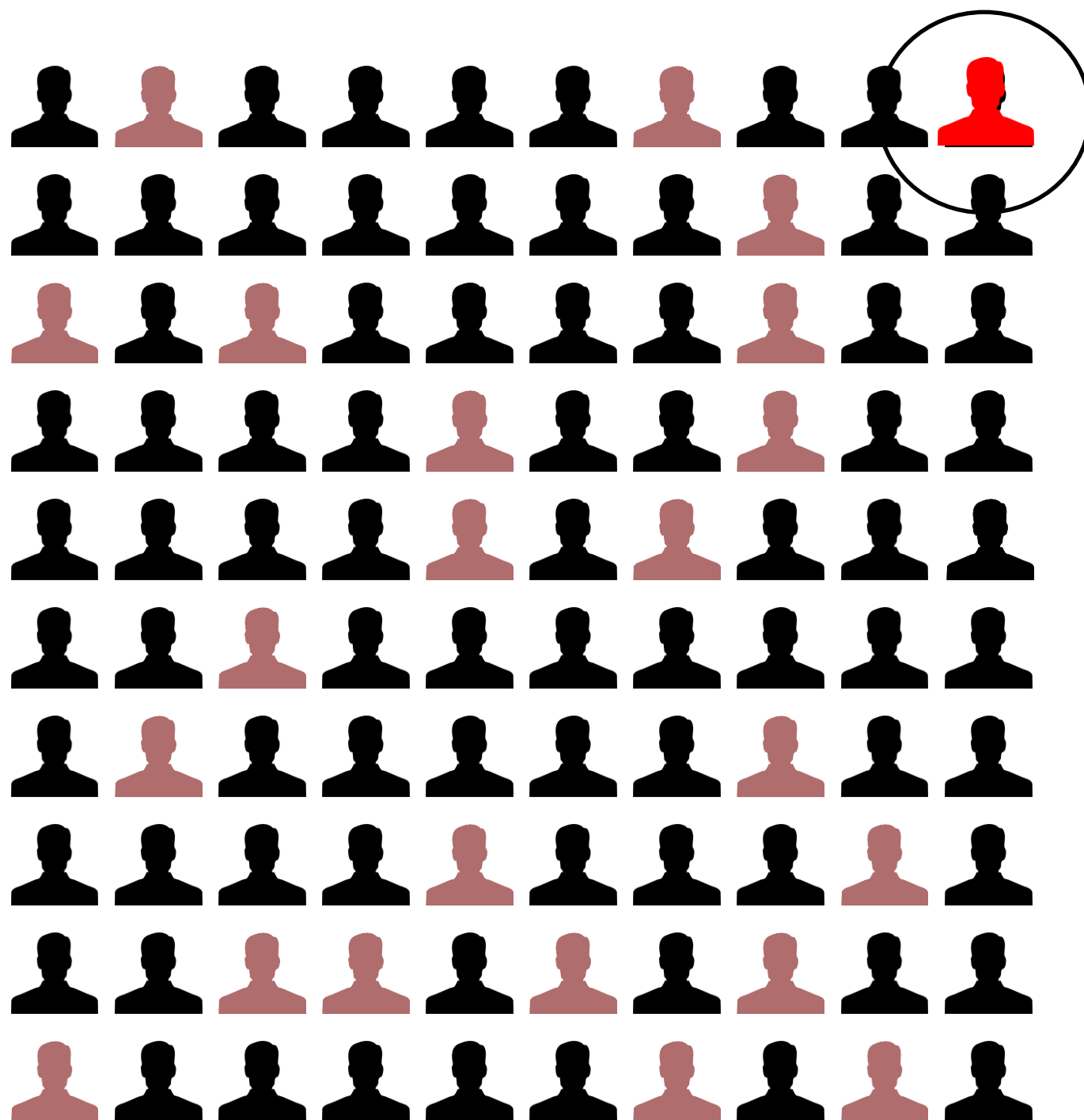
Intention to buy  
→ 4%

4,63€





# THE BRAND GAP: IL SUPERAMENTO DEL CLICK



La perdita dell'**Online** in un media mix genera il peggior scenario possibile.

Contenere gli investimenti in TV in un media mix libera **risorse economiche** che possono essere allocate in **modo molto più efficiente** su altri mezzi.

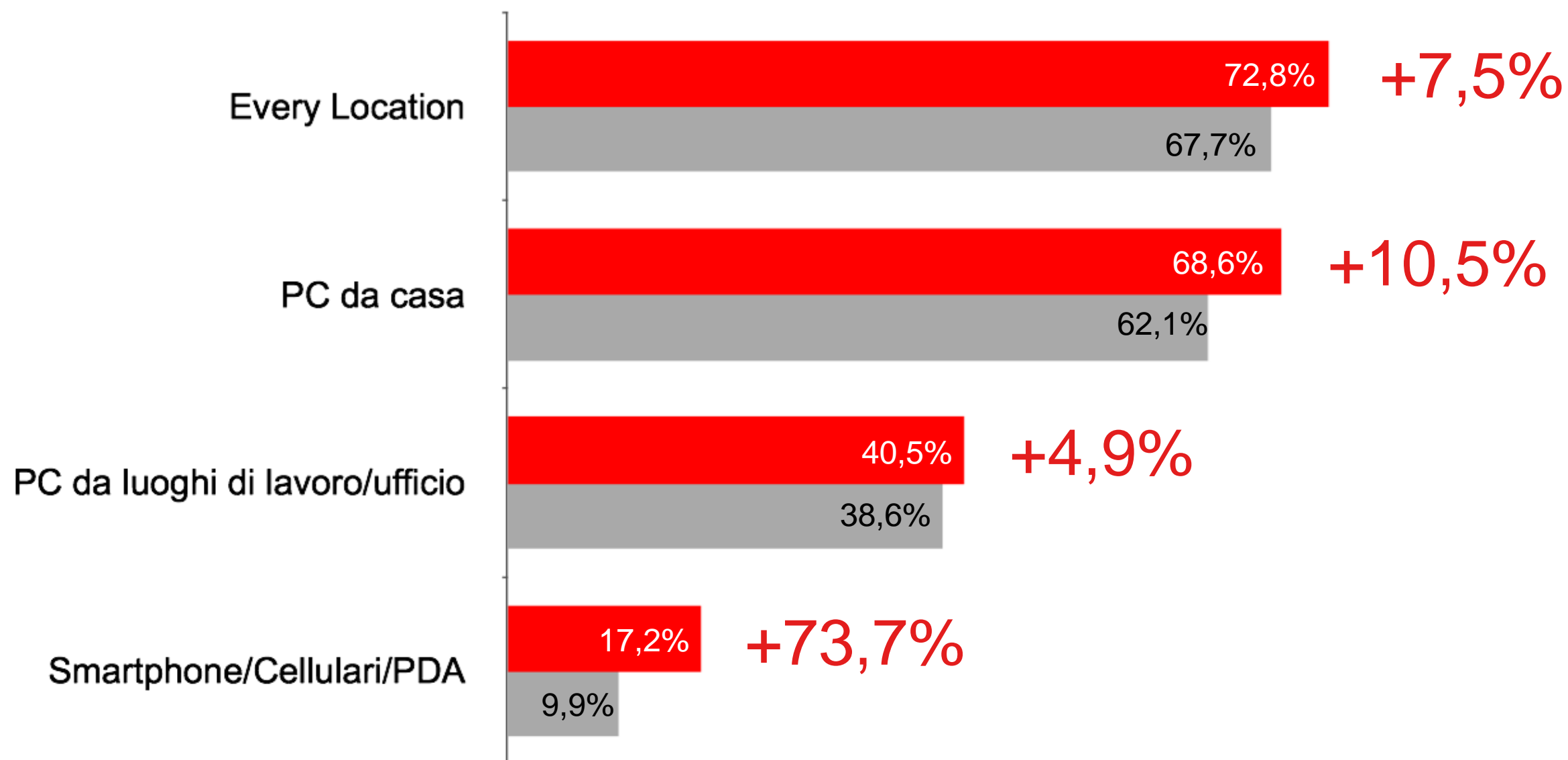
**THE NEW  
NORMAL**

**AUDIENCE**

# ACCESSO A INTERNET

## Luoghi e strumenti

■ Giugno 2011    ■ Giugno 2010



Fonte: Audiweb powered by Nielsen, Diffusione dell'online in Italia, giugno 2011. Individui 11-74 anni.

# ACCESSO A INTERNET

Potenziali nel mese

35M

gli utenti che hanno le dotazioni  
per collegarsi ad internet da PC.

73%

della popolazione italiana  
tra gli 11 e i 74 anni.

+7%

rispetto a giugno 2010.



# ACCESSO A INTERNET

Audience attiva nel mese

**26,2M** gli utenti che si sono collegati a Internet nel mese di giugno.

**+10,4%** rispetto a giugno 2010.

# ACCESSO A INTERNET

Audience nel giorno medio

13M

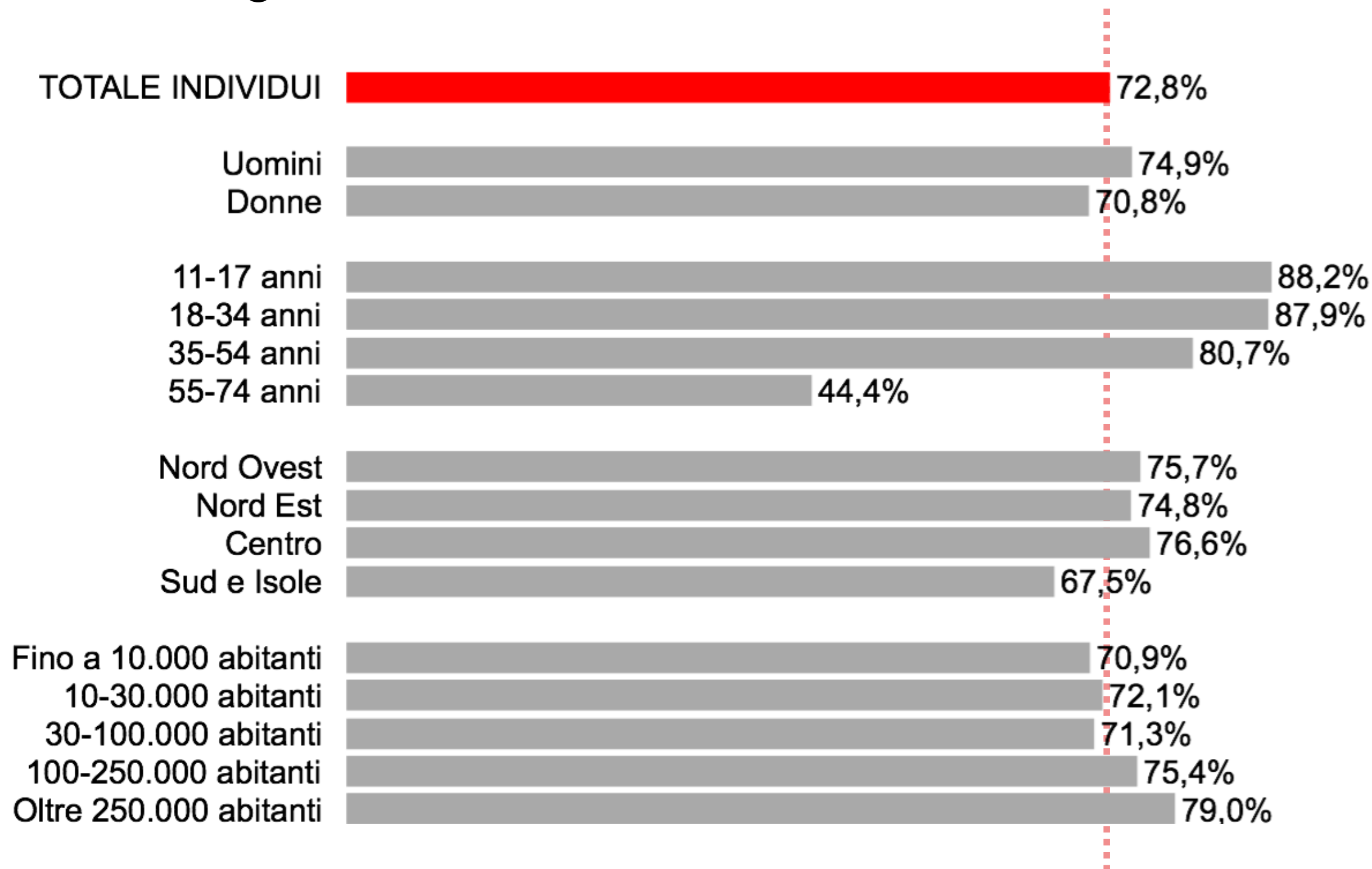
gli utenti che si sono collegati  
a Internet nel giorno medio  
del mese di giugno.

+11%

rispetto a giugno 2010.

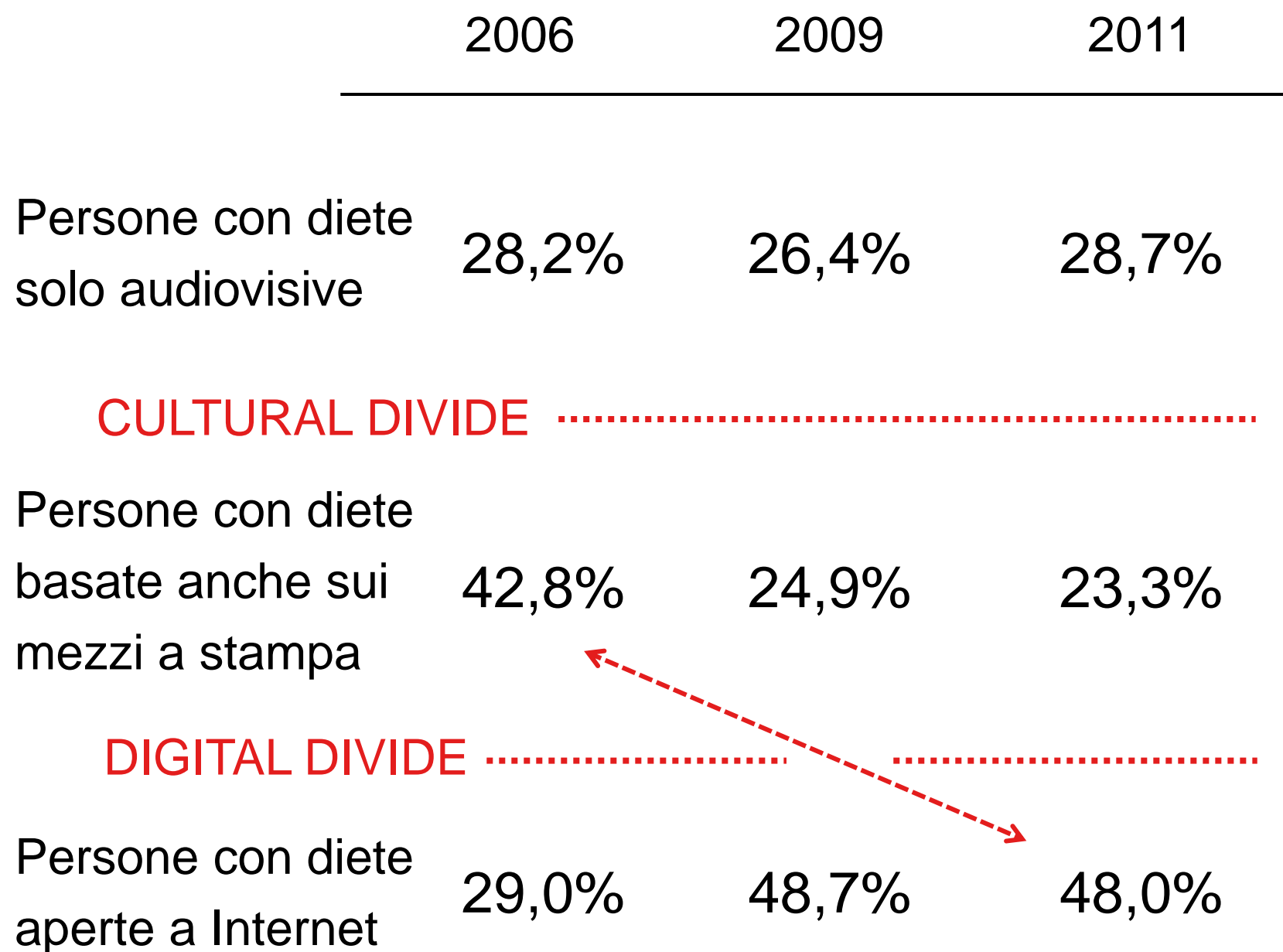
# ACCESSO A INTERNET

## Profilo degli individui



Fonte: Audiweb powered by Nielsen, Diffusione dell' online in Italia, giugno 2011. Individui 11-74 anni.

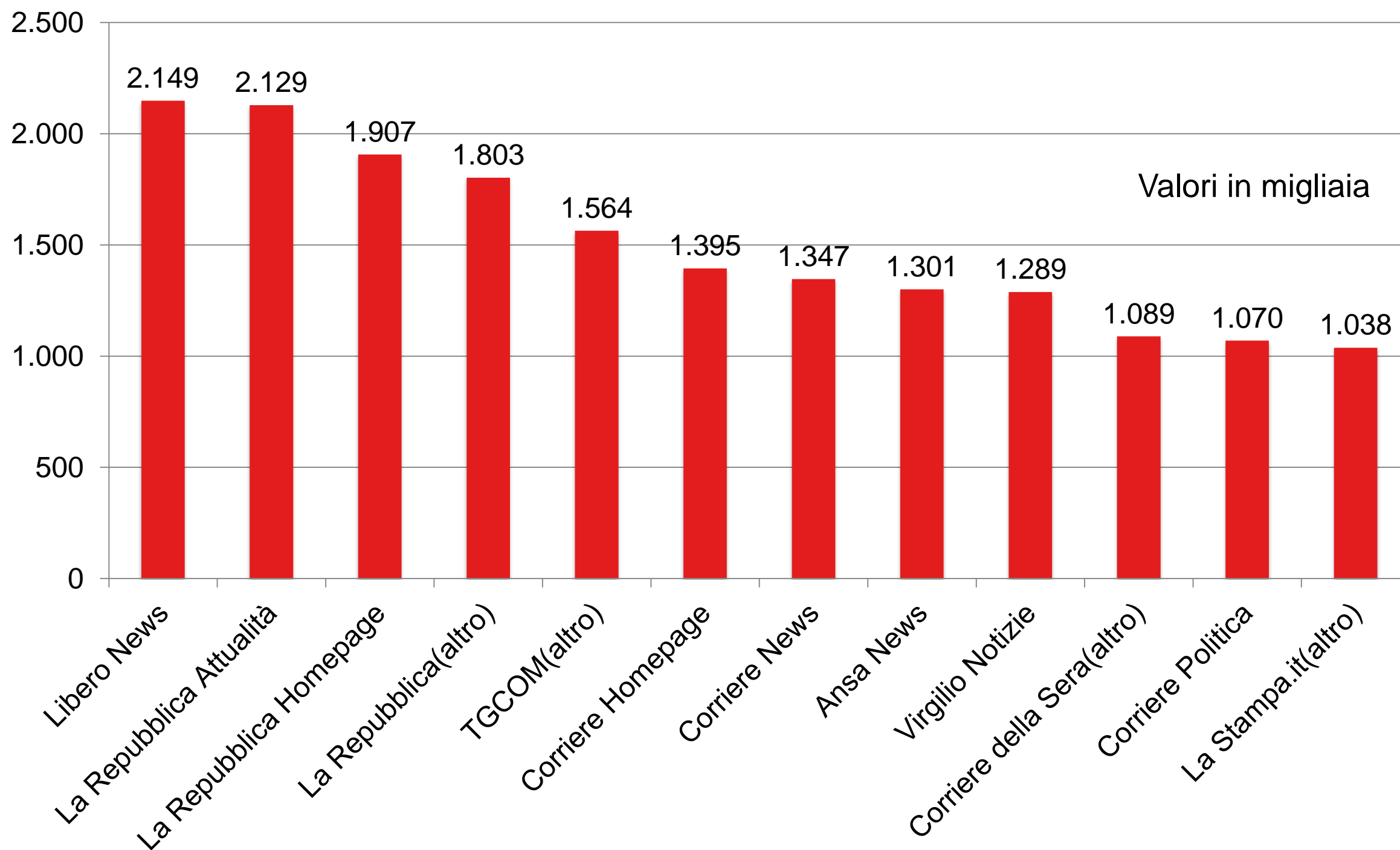
# NASCE IL 'PRESS DIVIDE'





# DIETA TV + ONLINE

Duplicazione tra Matrix (reach 24 mio) e Top channels News  
Maggio 2011



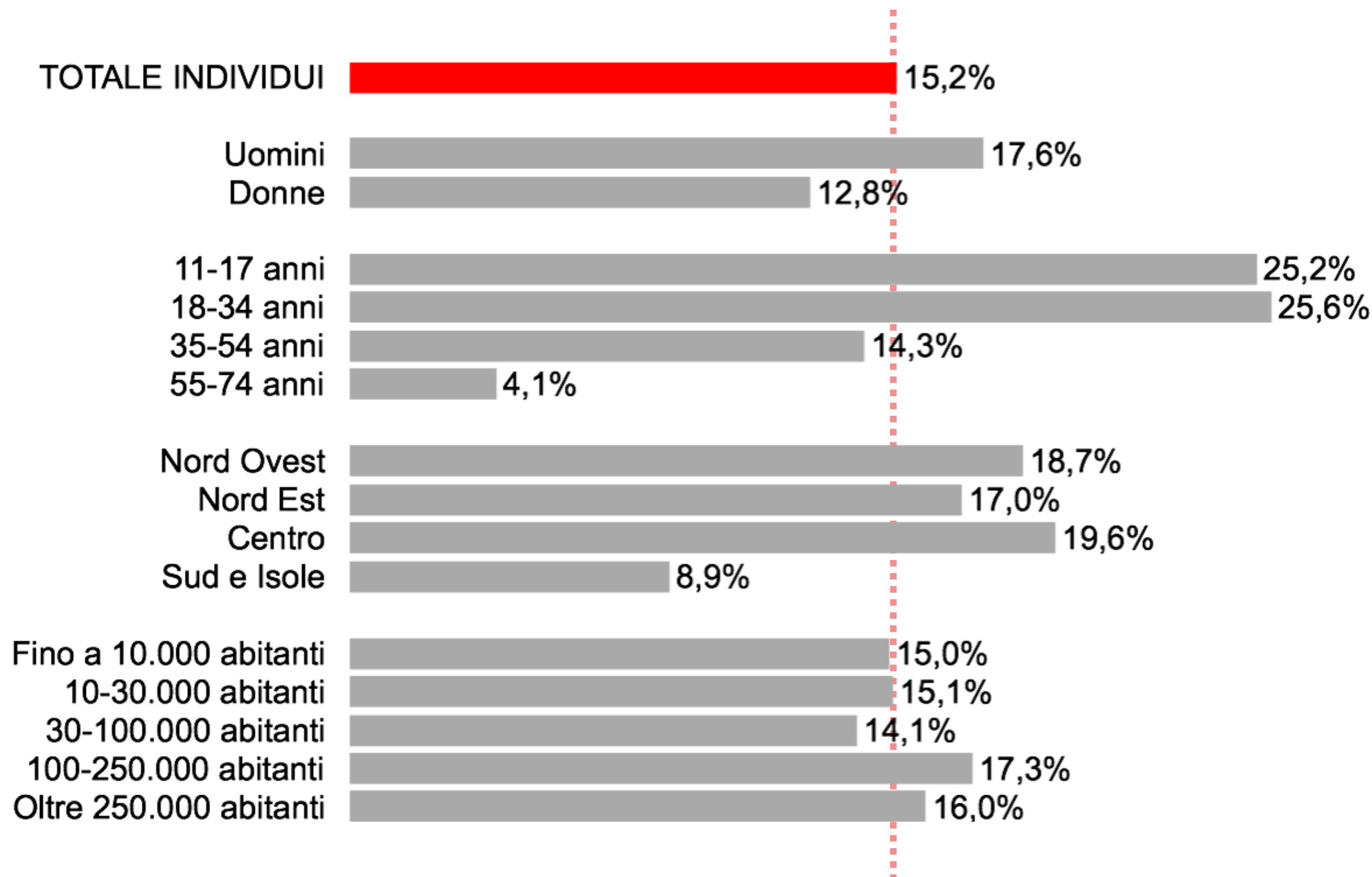
Fonte: Nielsen Twinscreens Maggio 2011

# AUDIENCE MOBILE

**12,9M** utenti mobile nel mese.

**+10,4%** vs Q1 2010.

# INTERNET DA MOBILE



Fonte: Audiweb powered by Nielsen, Diffusione dell'online in Italia, marzo 2011. Individui 11-74 anni - % di penetrazioni.

# COUPONS/REWARDS

12M

gli utenti che in media nel mese navigano in un sito della categoria

22%

della popolazione internet italiana.

+112%

rispetto a giugno 2010.



# VIDEO

19M

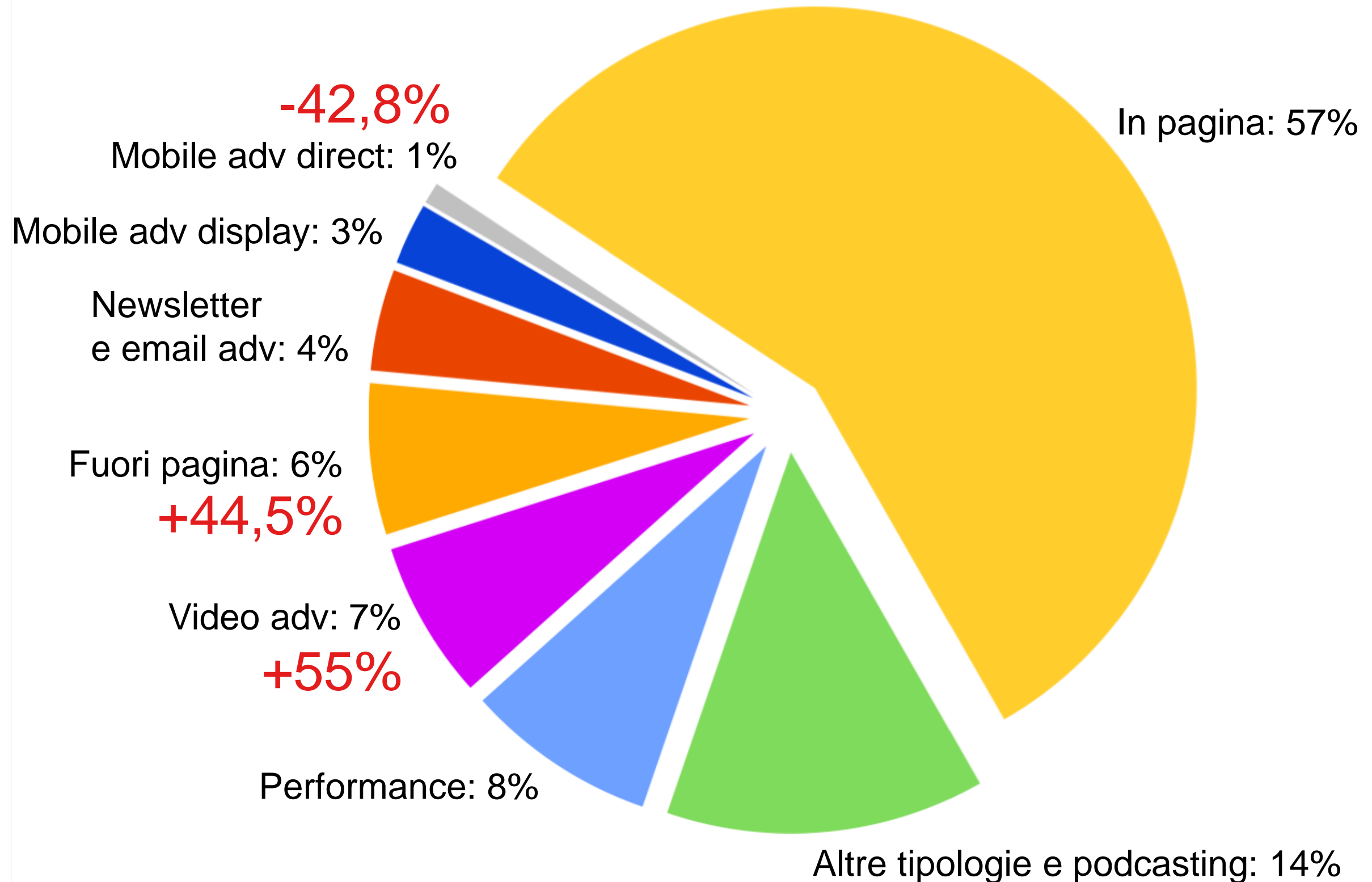
gli utenti che in media nel mese guardano video su Internet.

71%

della popolazione internet italiana.

+16,5% rispetto a giugno 2010.

# INTERNET ADS



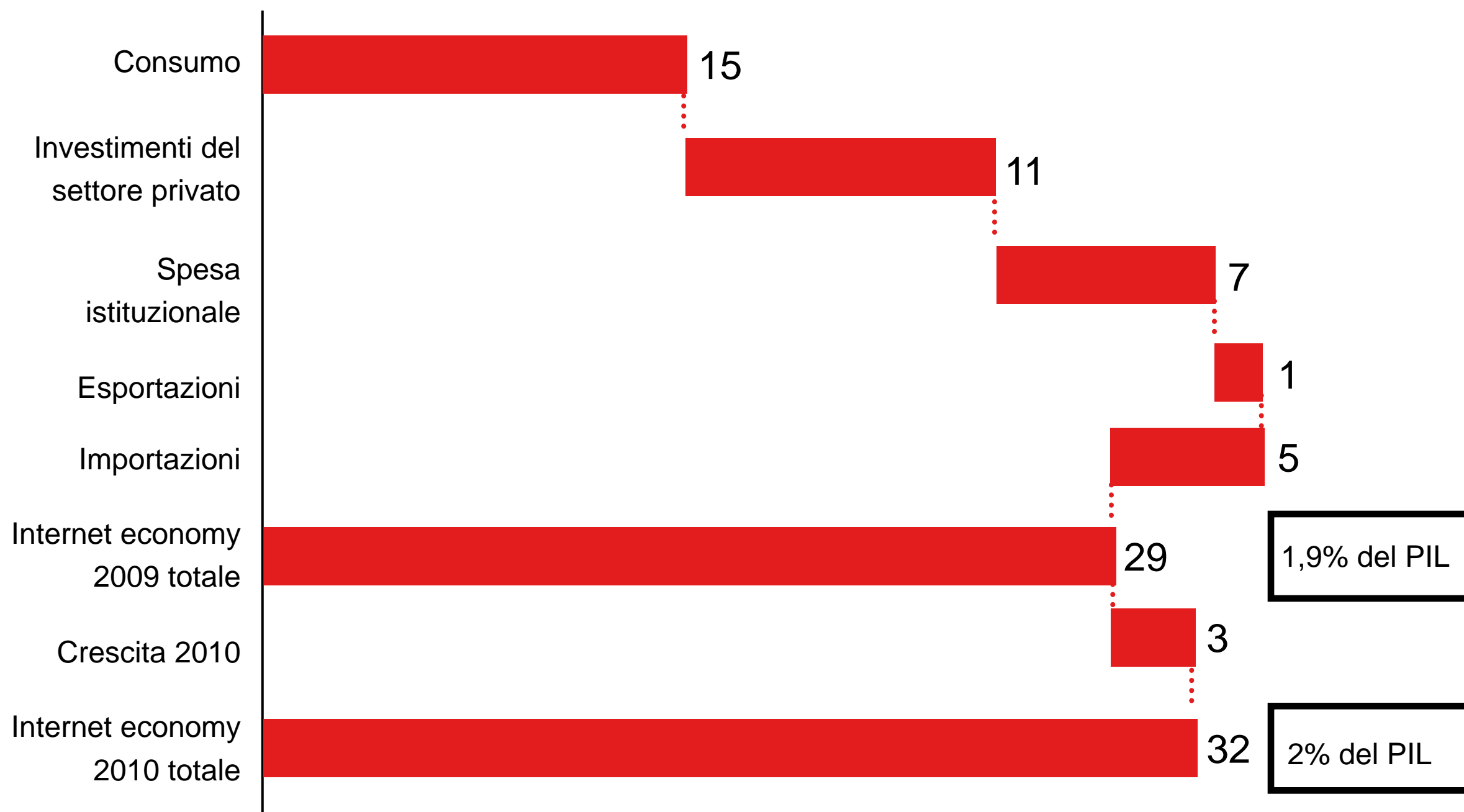
Fonte: FCP - Nielsen, Commerciale Nazionale escluse Keywords e Search. Variazione % giugno 2011 vs giugno 2010.



# SIAMO ANCORA IN RITARDO?



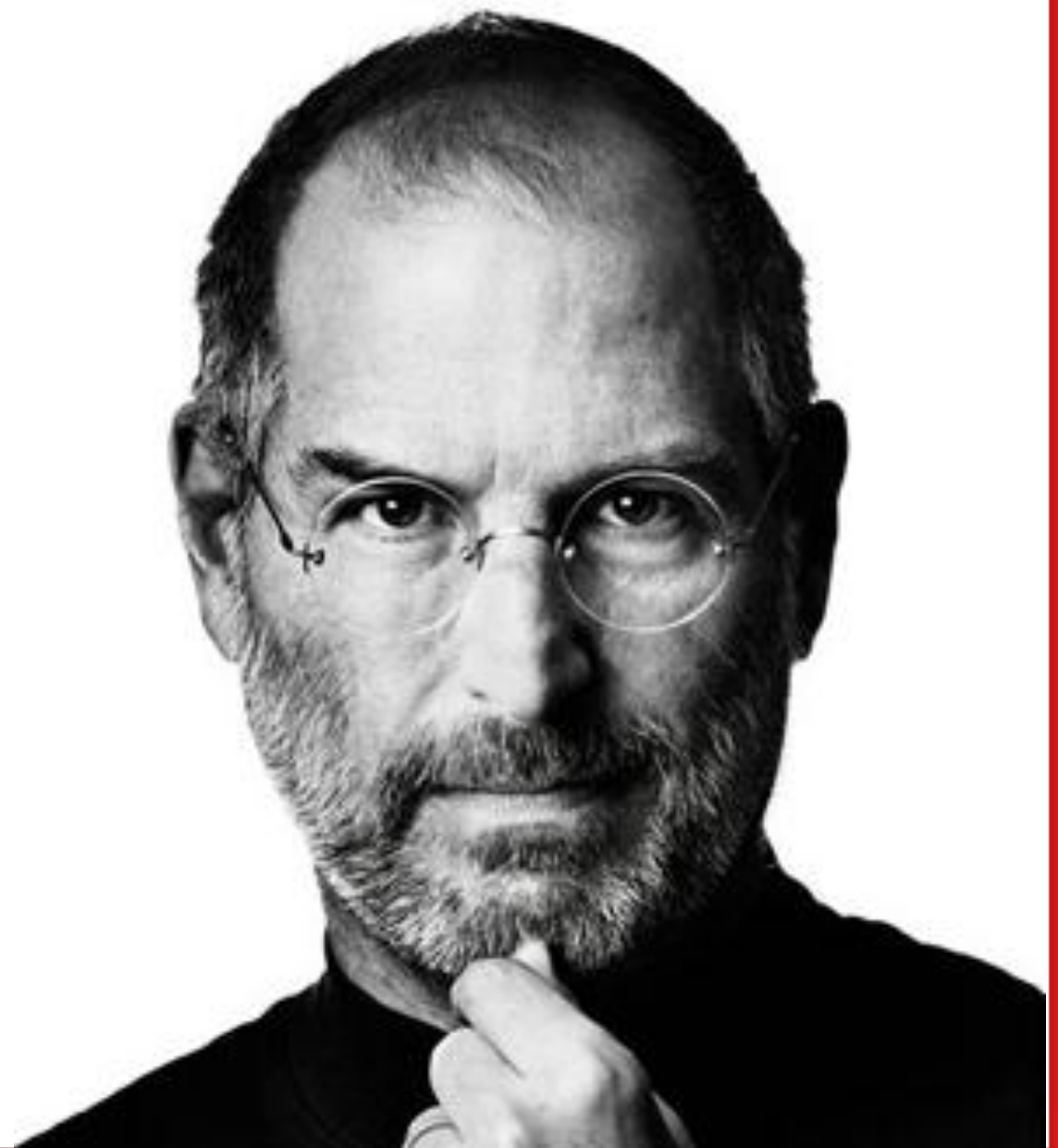
# INTERNET ECONOMY: 2% del PIL



Fonte: Istat; Osservatorio Politecnico di Milano; Confindustria; EIU; CNIPA; MRG; Gartner; ITU; Ovum; Analisi BCG.



“Woz e io fondammo la Apple nel garage dei miei genitori quando avevamo vent’ anni.”





# DA GARAGE A IMPRESE

PMI ATTIVE ONLINE

(che effettuano attività di marketing o vendita in rete)

# +1,2%

ricavi negli ultimi 3 anni.

-2,4% per le aziende online con esclusivamente il sito web.

-4,5% per le offline.

# DA GARAGE A IMPRESE

PMI ATTIVE ONLINE

(che effettuano attività di marketing o vendita in rete)

# 15%

incidenza di vendite all'estero.

8% per le aziende online con esclusivamente il sito web.

4% per le offline.

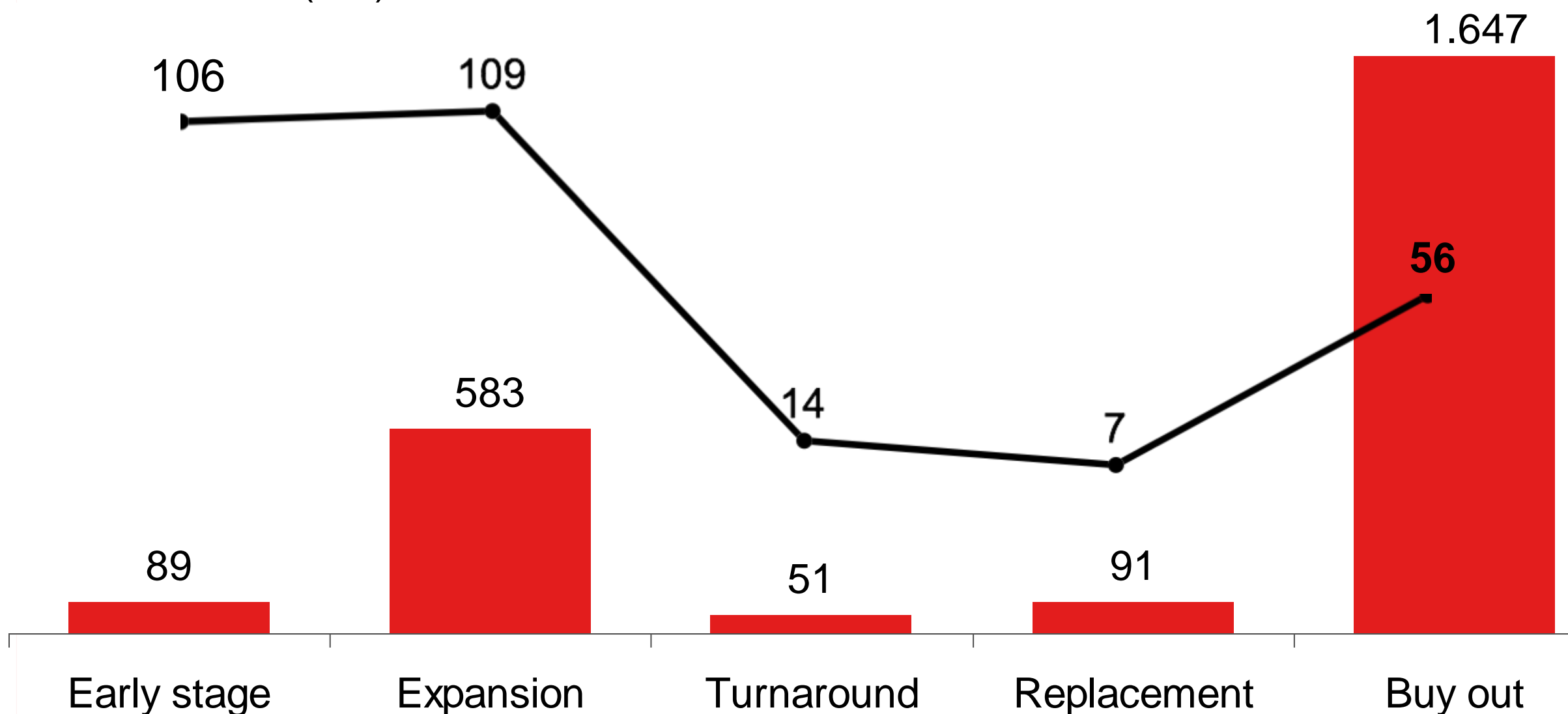
# +34%

l'aumento del personale per le aziende online attive.

Fonte: sondaggio PMI condotto da BCG. Analisi BCG.

# INVESTIMENTI 2010 PER TIPOLOGIA

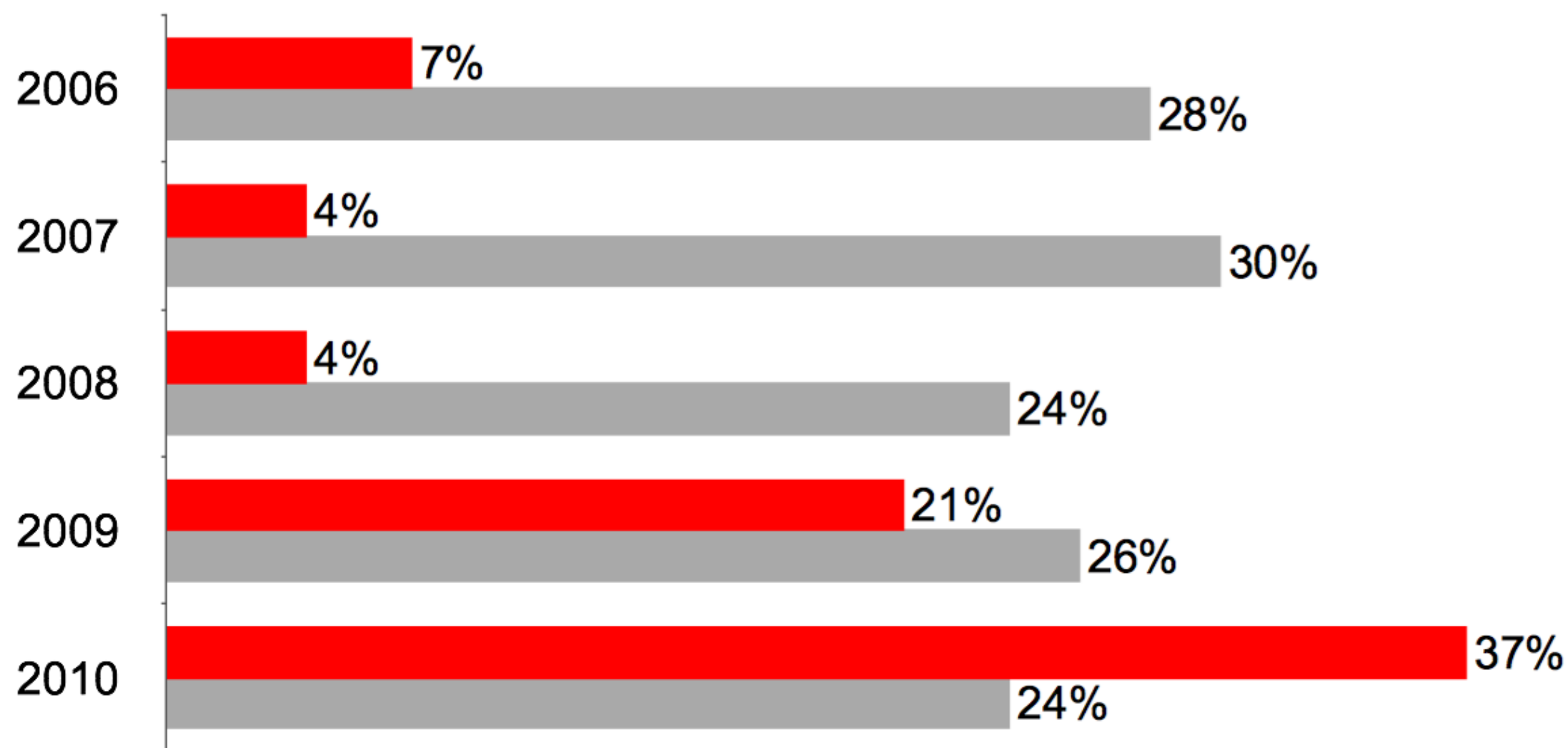
■ Ammontare (€M)    ● Numero



Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers.

# PESO INVESTIMENTI NEL SETTORE HIGH TECH

■ Ammontare ■ Numero



Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers.

# L'IMPATTO SULL'ECONOMIA ITALIANA

## Verso il 4% del PIL

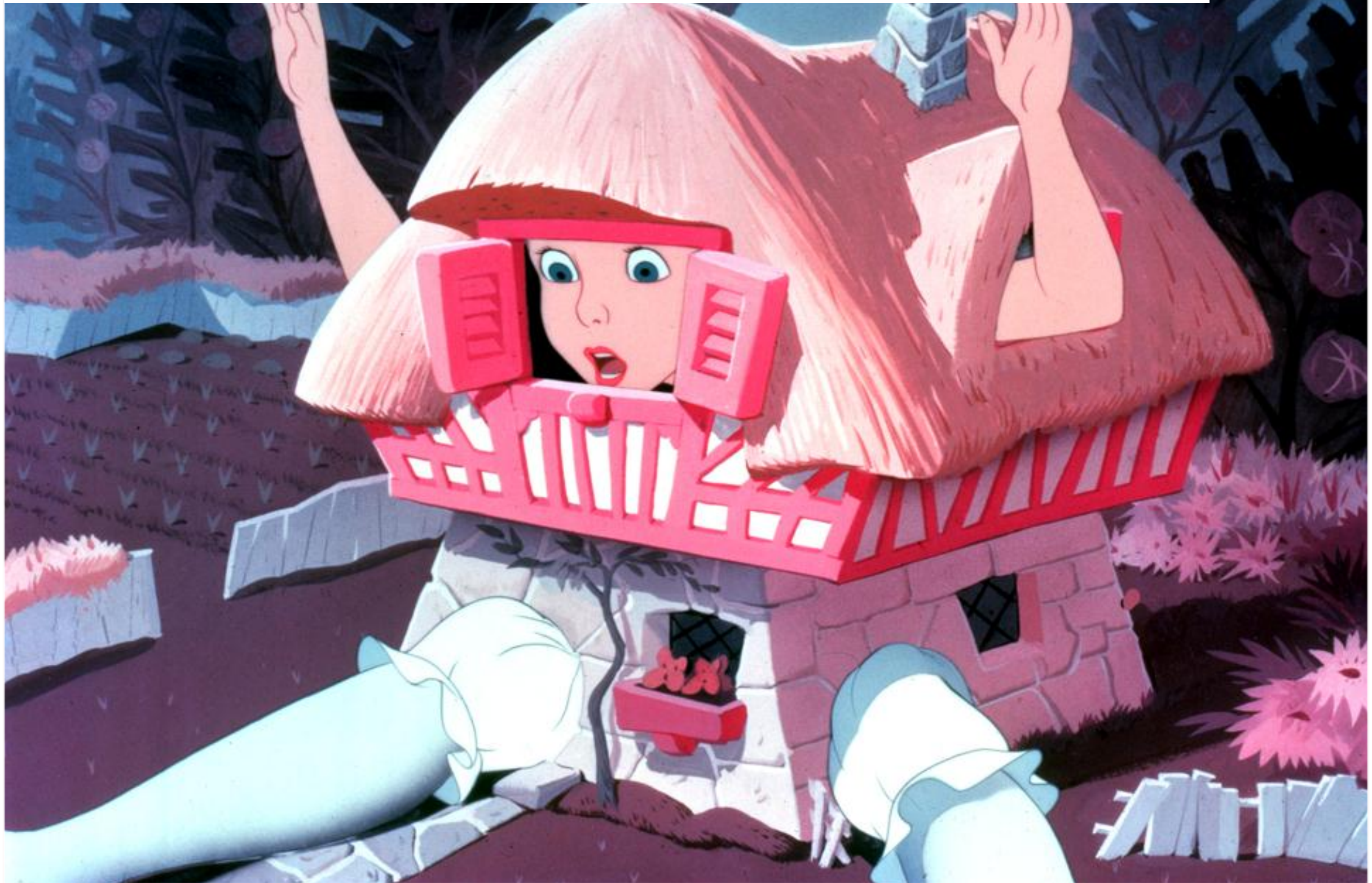
Per ogni € di crescita del PIL italiano fino al 2015,

# 15 cents

sono riconducibili ad Internet.



# LA GIUSTA MISURA





# UNA NUOVA NORMALITÀ

Formazione

Gap Culturale

Investimenti

Investimenti  
Pubblicitari

Fruizione Media

Commerce

---

NEW

NEW NORMAL

# UNA NUOVA NORMALITÀ

Local

Social

Mobile

Video

Search

Display

Email

---

NEW

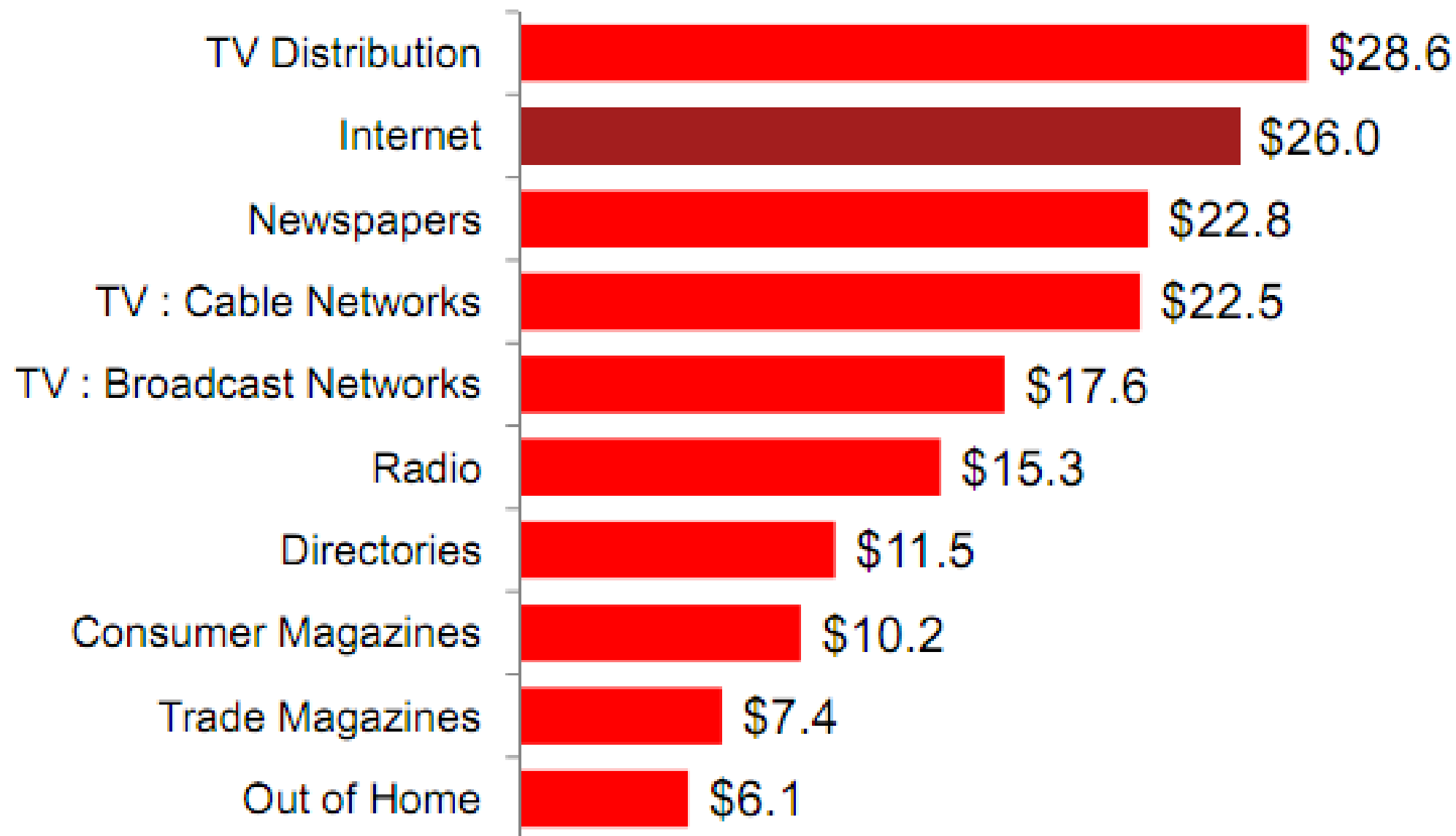
NEW NORMAL

# NEW NORMAL

NEW NORMAL

# NEL 2012 ANCHE IN ITALIA, SECONDO MEDIA DOPO LA TV

## US Advertising Market by Media Revenue – 2010 (In billions)



# E NEL 2015

## 77Mld

4,3% del PIL.

e+m+Ropo  
Commerce  
Investimenti

## 2Mld

>20% totale Adv.

Business  
environment  
Education

## 35Mio

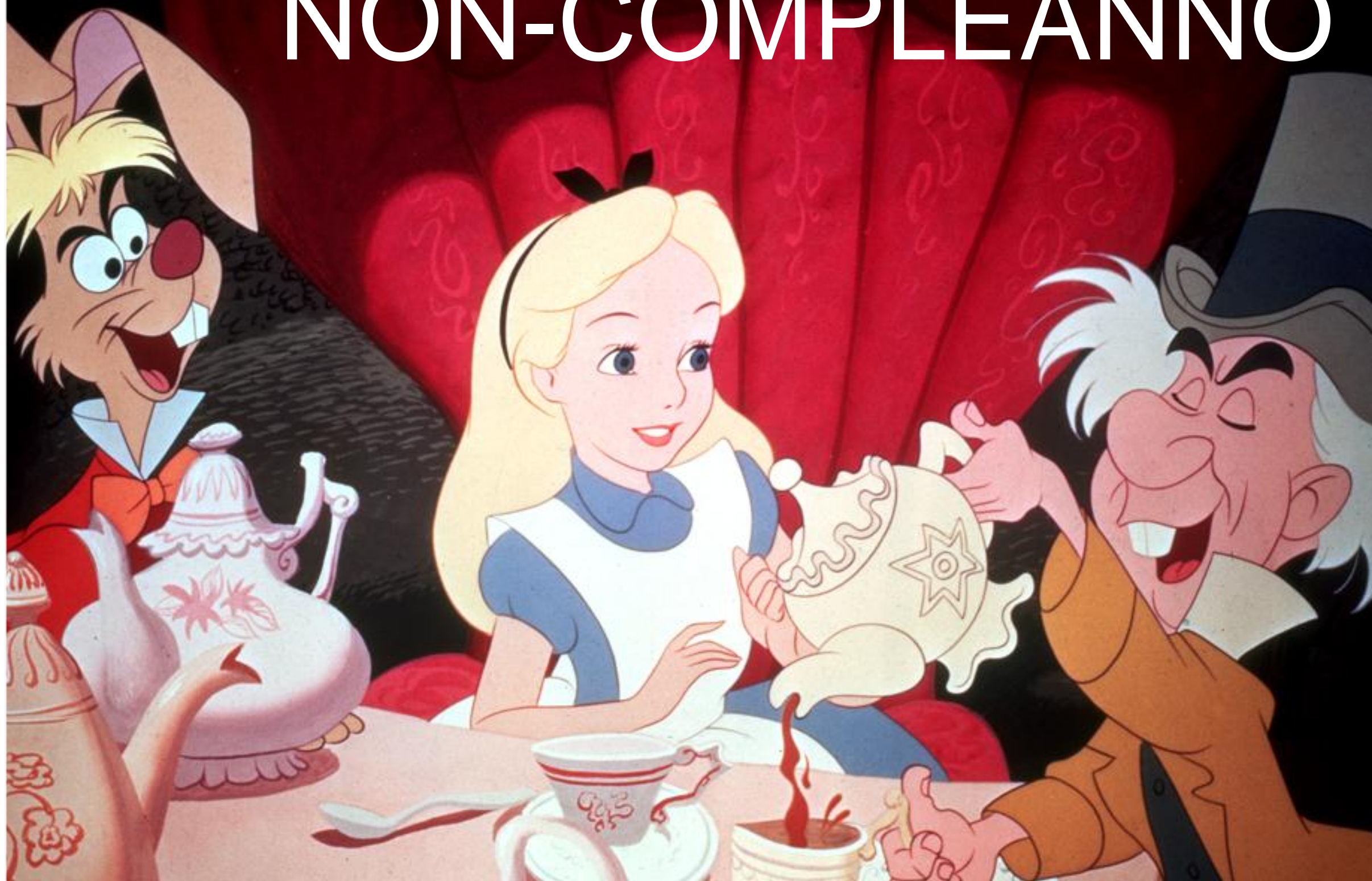
di utenti.

Broadband  
Mobile



# NORMAL

# ...UN BUON NON-COMPLEANNO







# IAB PARTY MILANO!

12-13 ottobre

Michael Blann/ Getty Images