



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?

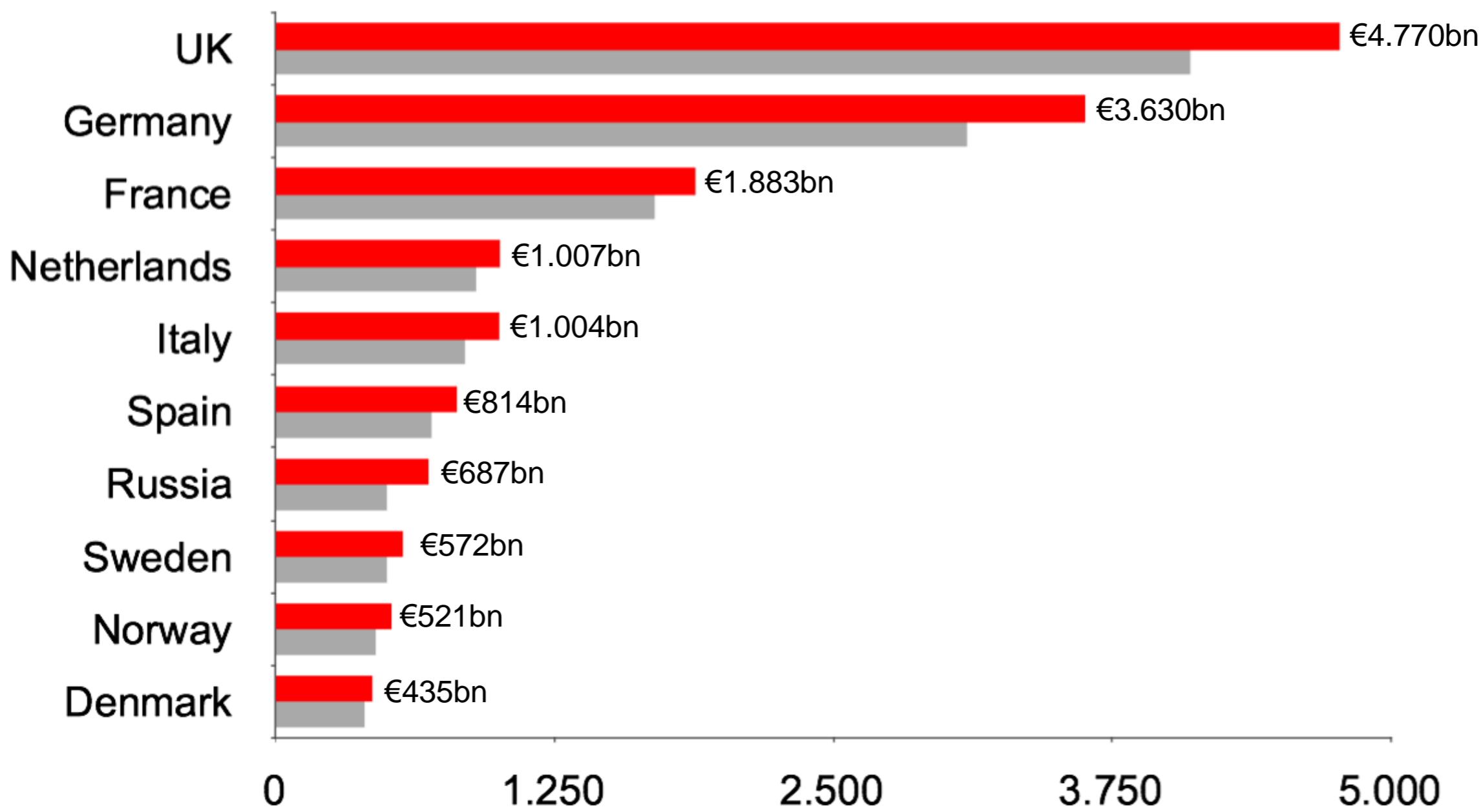


WЕИ ЭНТ  
ЈАМЯОИ

MERCATO  
PUBBLICITARIO

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

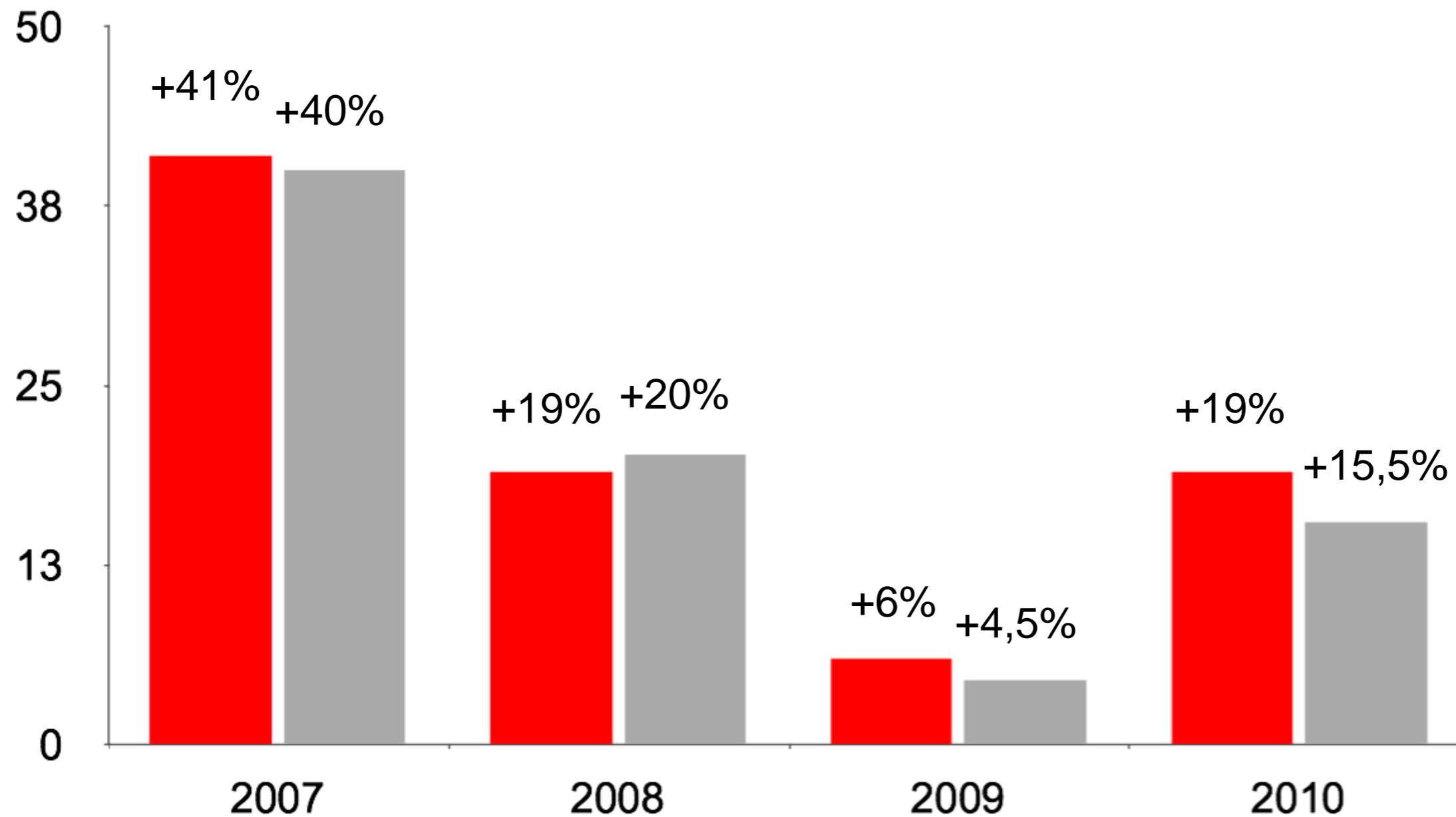
■ 2010 ■ 2009



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

# ITALIA ED EUROPA A CONFRONTO

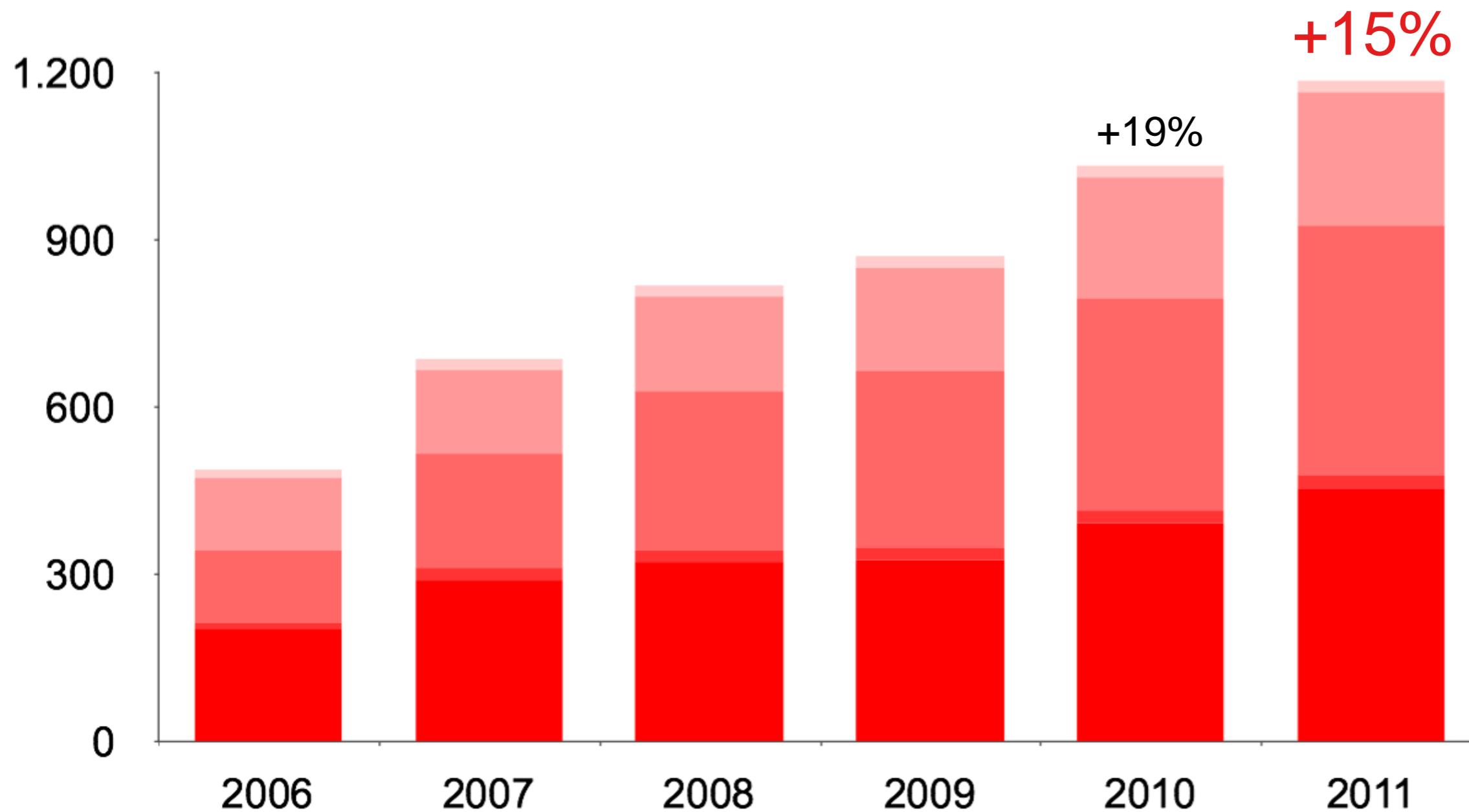
■ Italia ■ Europa



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

# ONLINE ADV DAL 2006

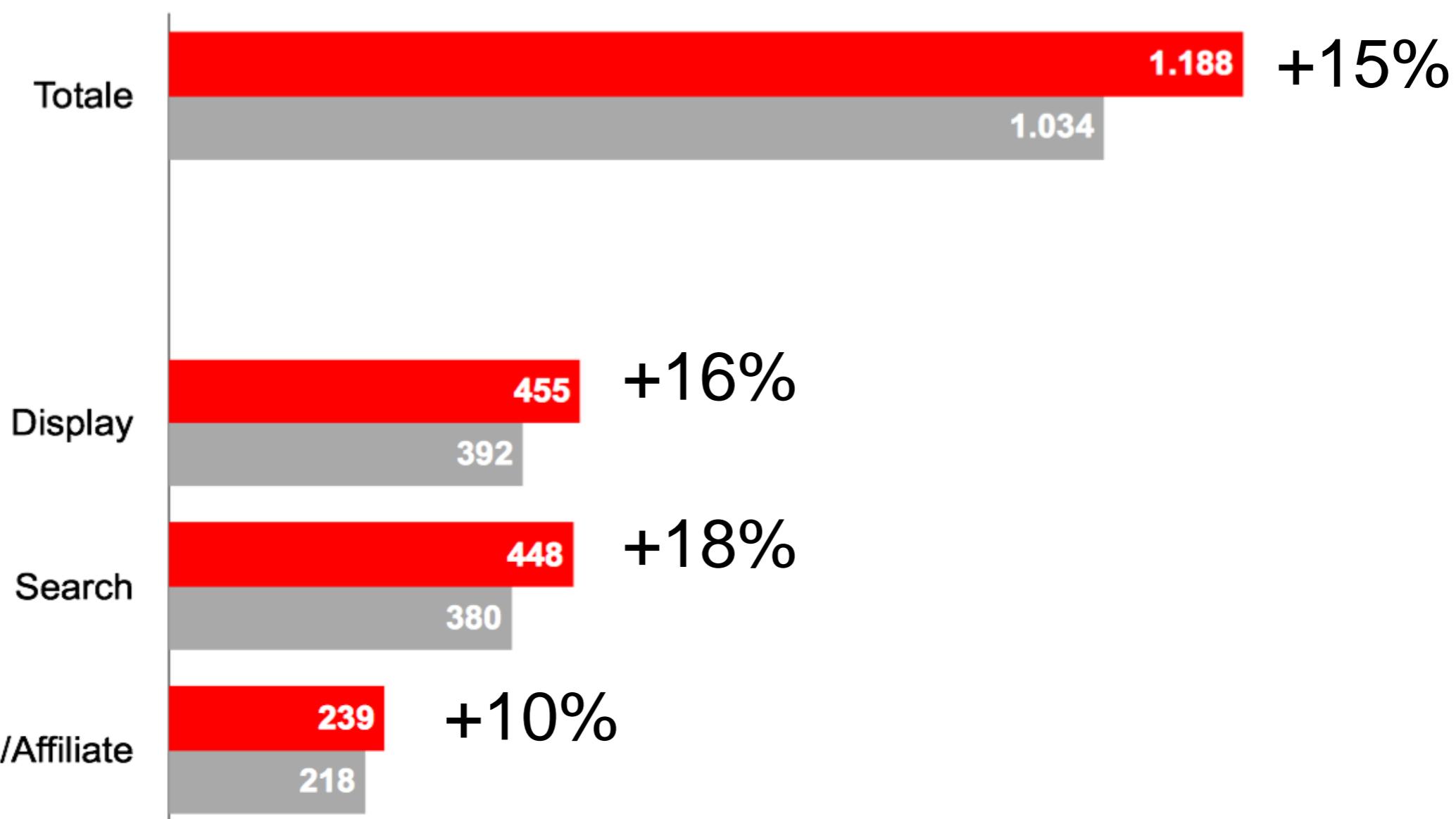
■ display ■ e-mail ■ search ■ classified + directories ■ mobile



Fonte: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen.

# INVESTIMENTI INTERNET: 1,2 MILIARDI

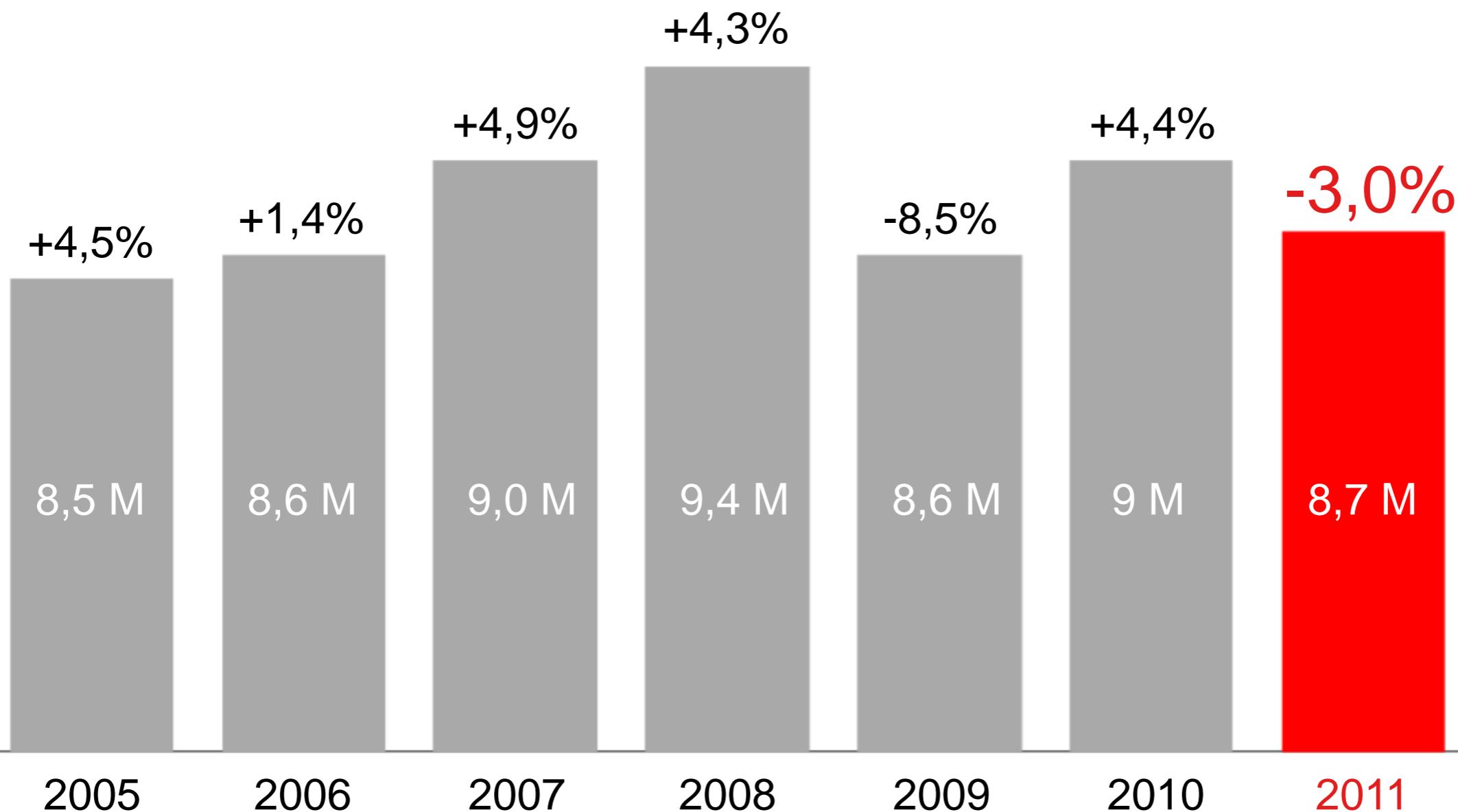
■ 2011 ■ 2010



Fonte: Elaborazione IAB su dati FCP/Nielsen.

# MERCATO PUBBLICITARIO

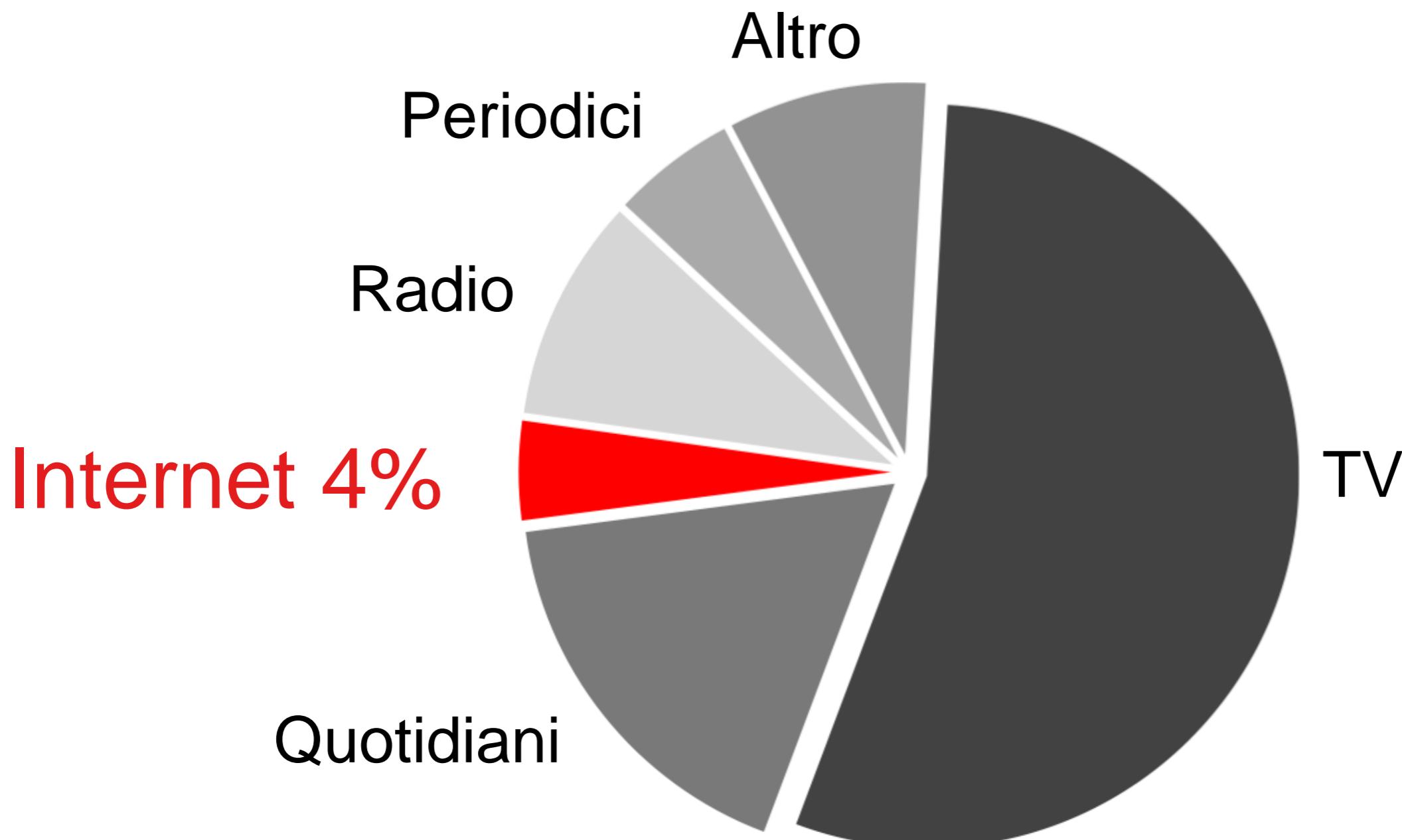
2005-2011



Fonte: stima IAB su dati Nielsen.

# MERCATO PUBBLICITARIO

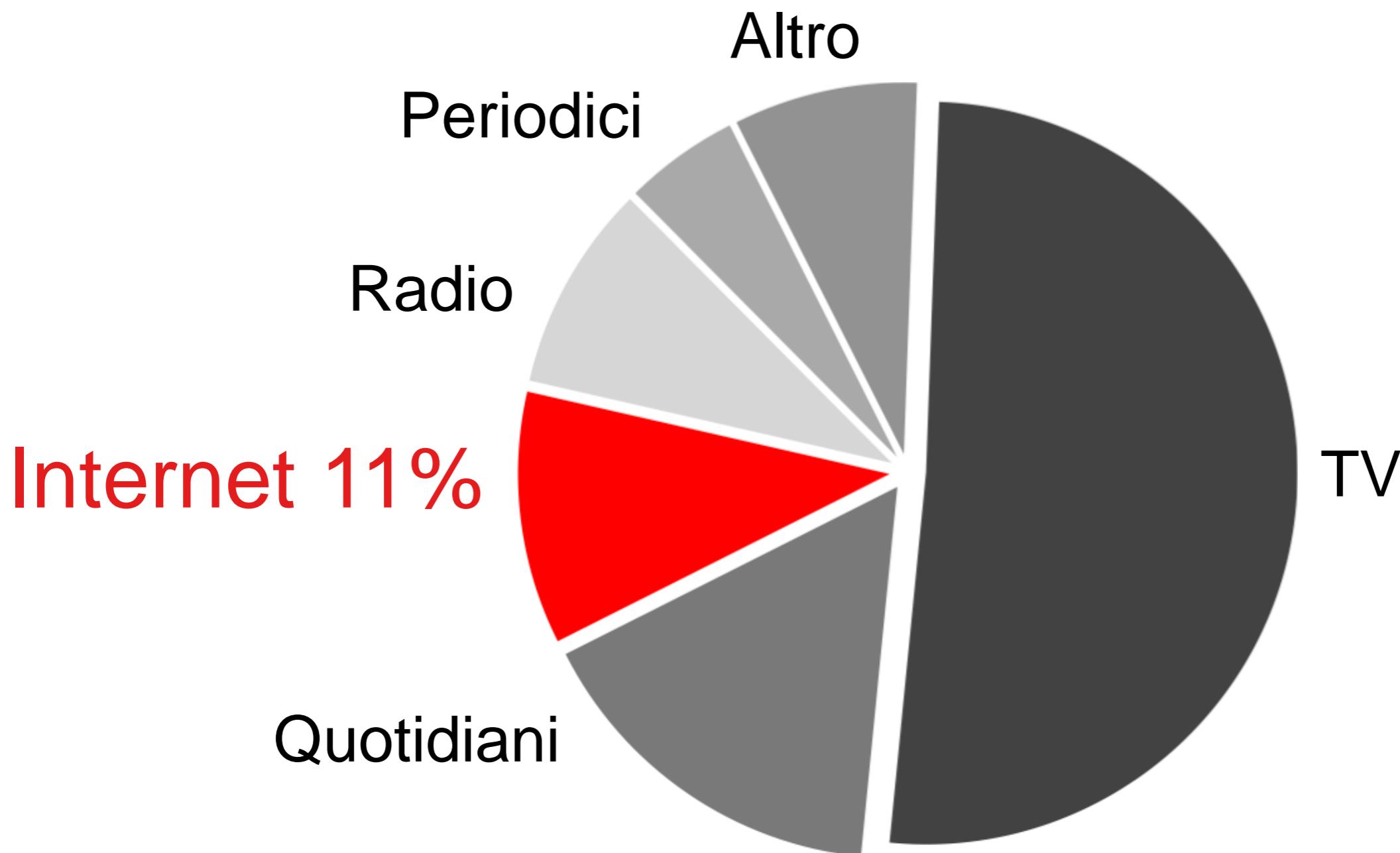
Quote 2006



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

# MERCATO PUBBLICITARIO

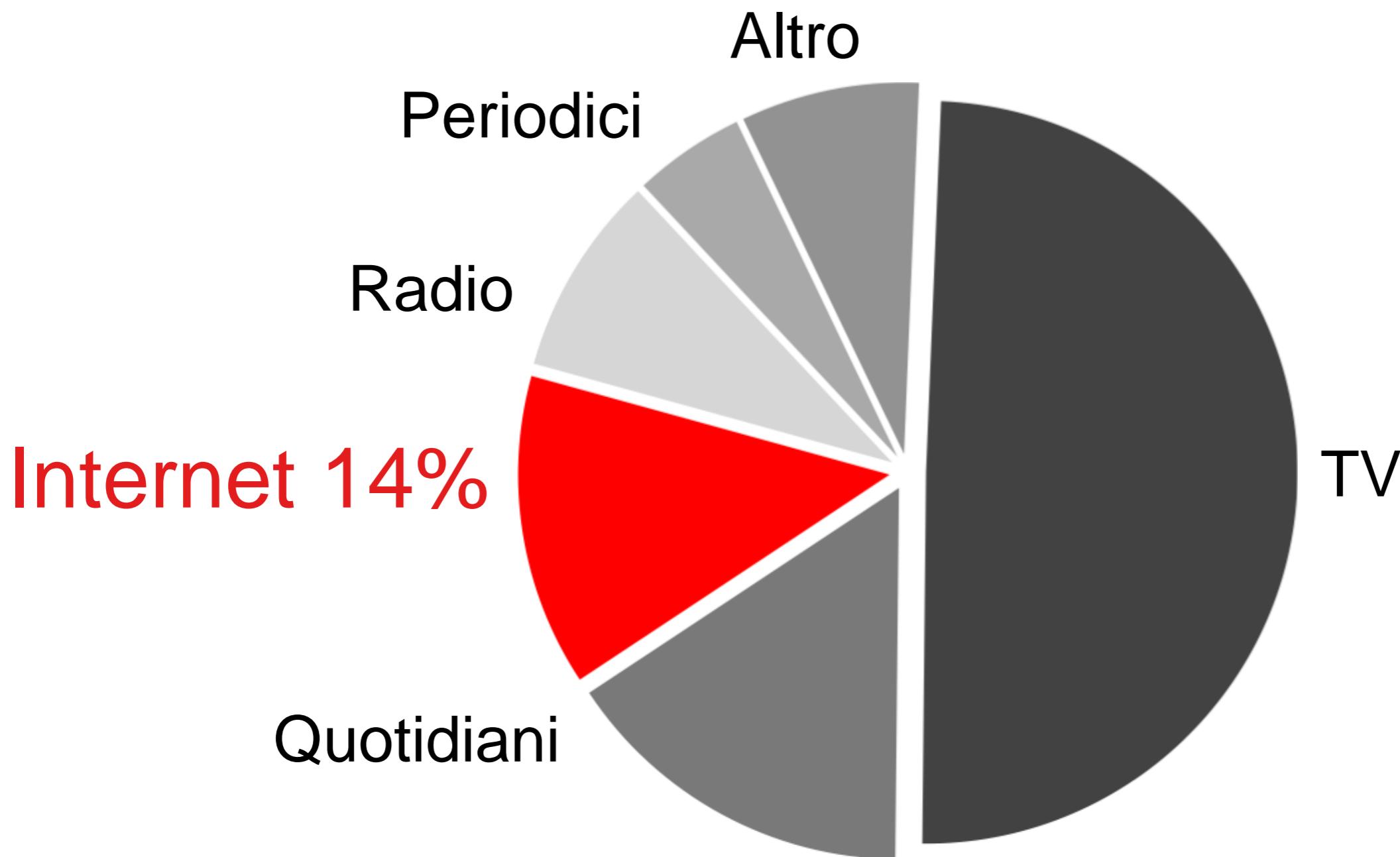
Quote 2010



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

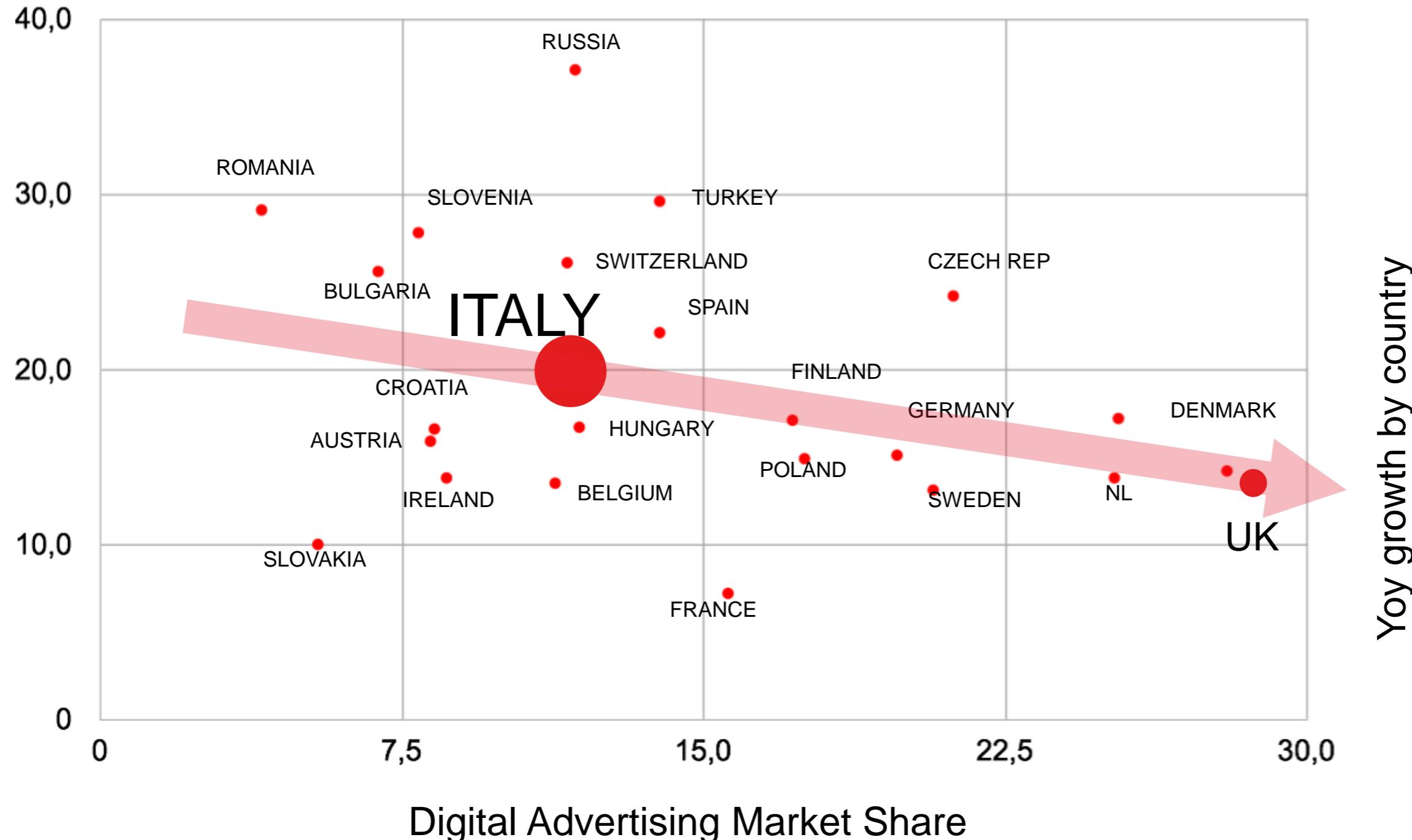
# MERCATO PUBBLICITARIO

Quote 2011



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

# UN PERCORSO DI CRESCITA GIA' DEFINITO



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

# RAPPORTO ADV / PAGINE VISTE / UTENTI

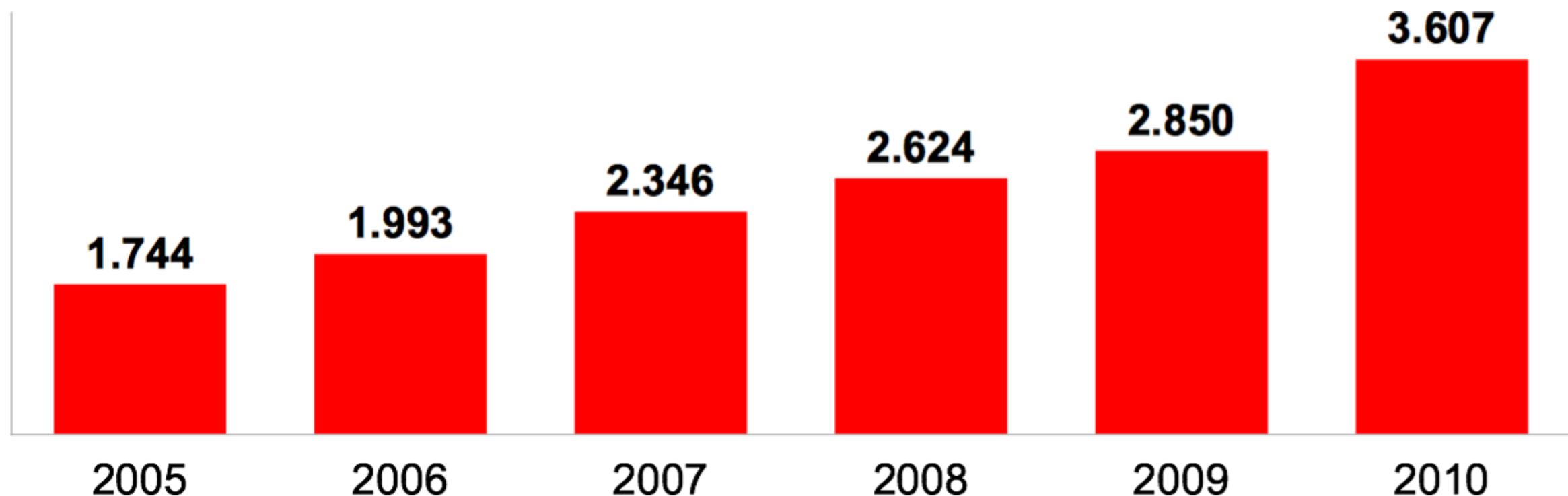
Paese	ADV (€)	Pagine Viste	€ ogni 100 pv	Utenti Attivi	€/utente attivo
UK	4,7 miliardi	91,2 miliardi	5,15	39.543.396	119
Germania	3,6 miliardi	127 miliardi	2,86	47.801.625	76
Francia	1,8 miliardi	111 miliardi	1,7	41.096.378	46
<b>Italia</b>	<b>1 miliardo</b>	<b>57,2 miliardi</b>	<b>1,75</b>	<b>26.247.000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



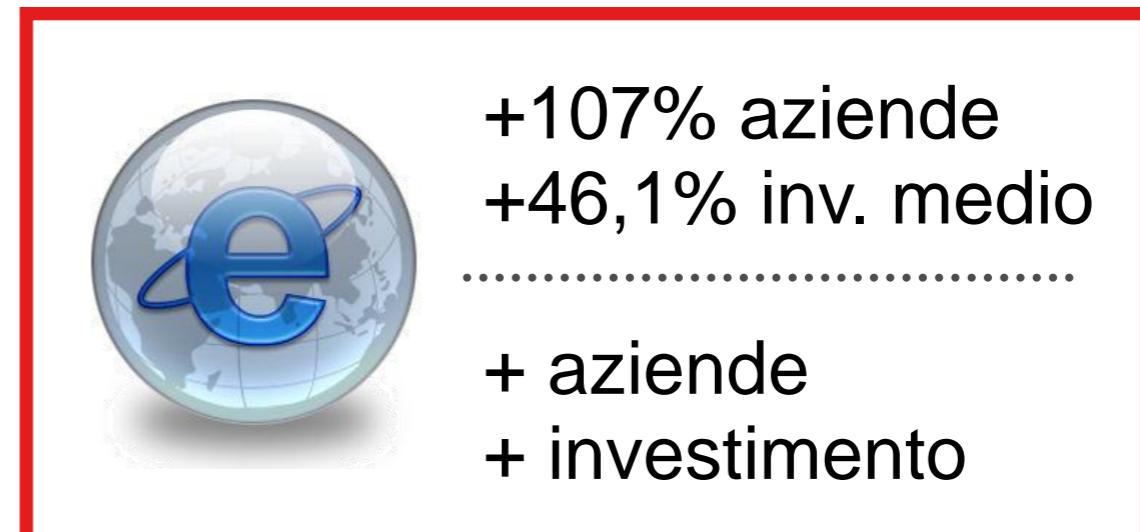
-27,7% inv. medio  
.....  
+ aziende  
- investimento



-11,7% inv. medio  
.....  
+ aziende  
- investimento



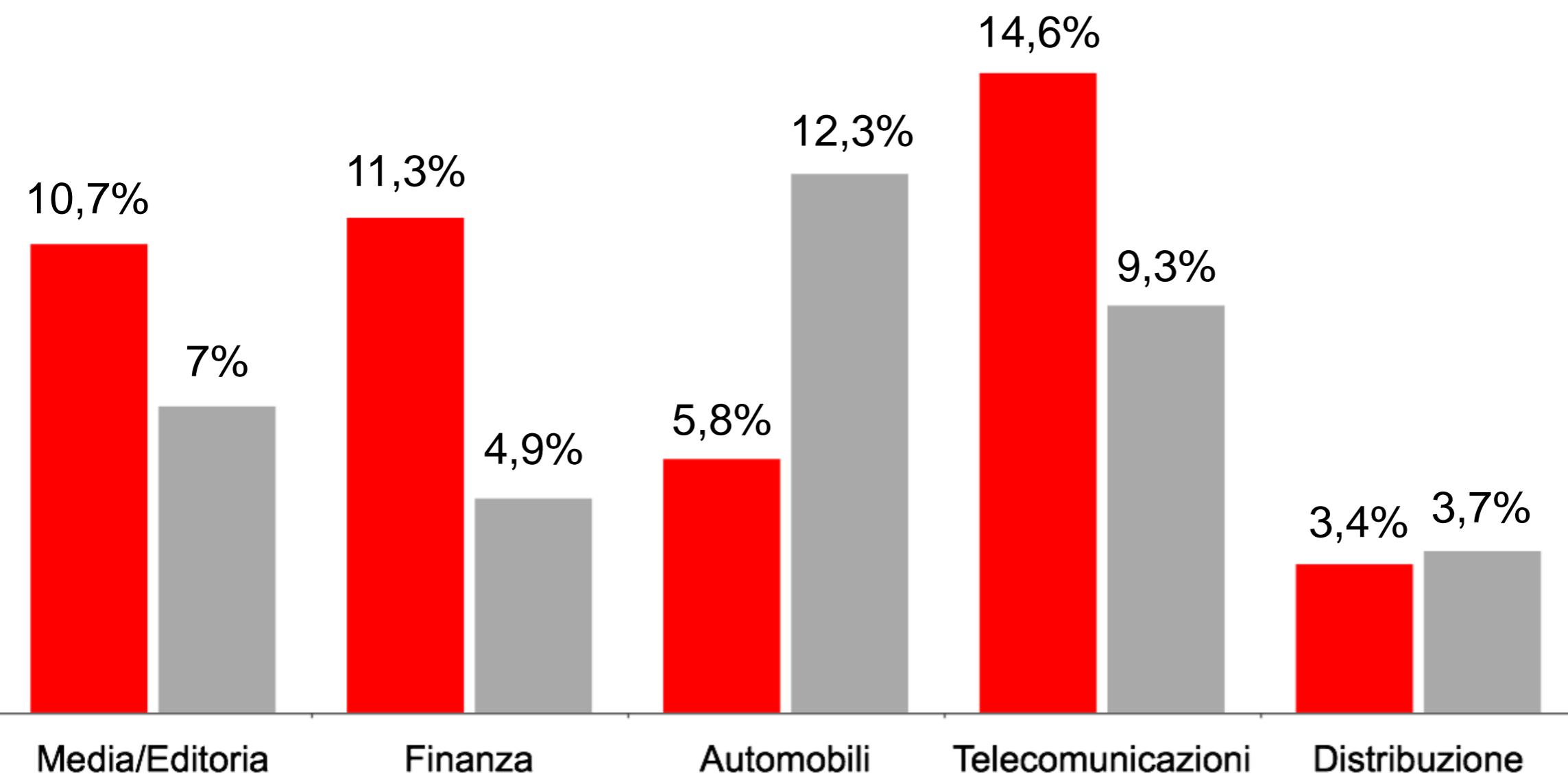
+9,3% inv. medio  
.....  
- aziende  
+ investimento



# 2005: I SETTORI PRINCIPALI

(86% quota)

■ Internet ■ Totale Mercato

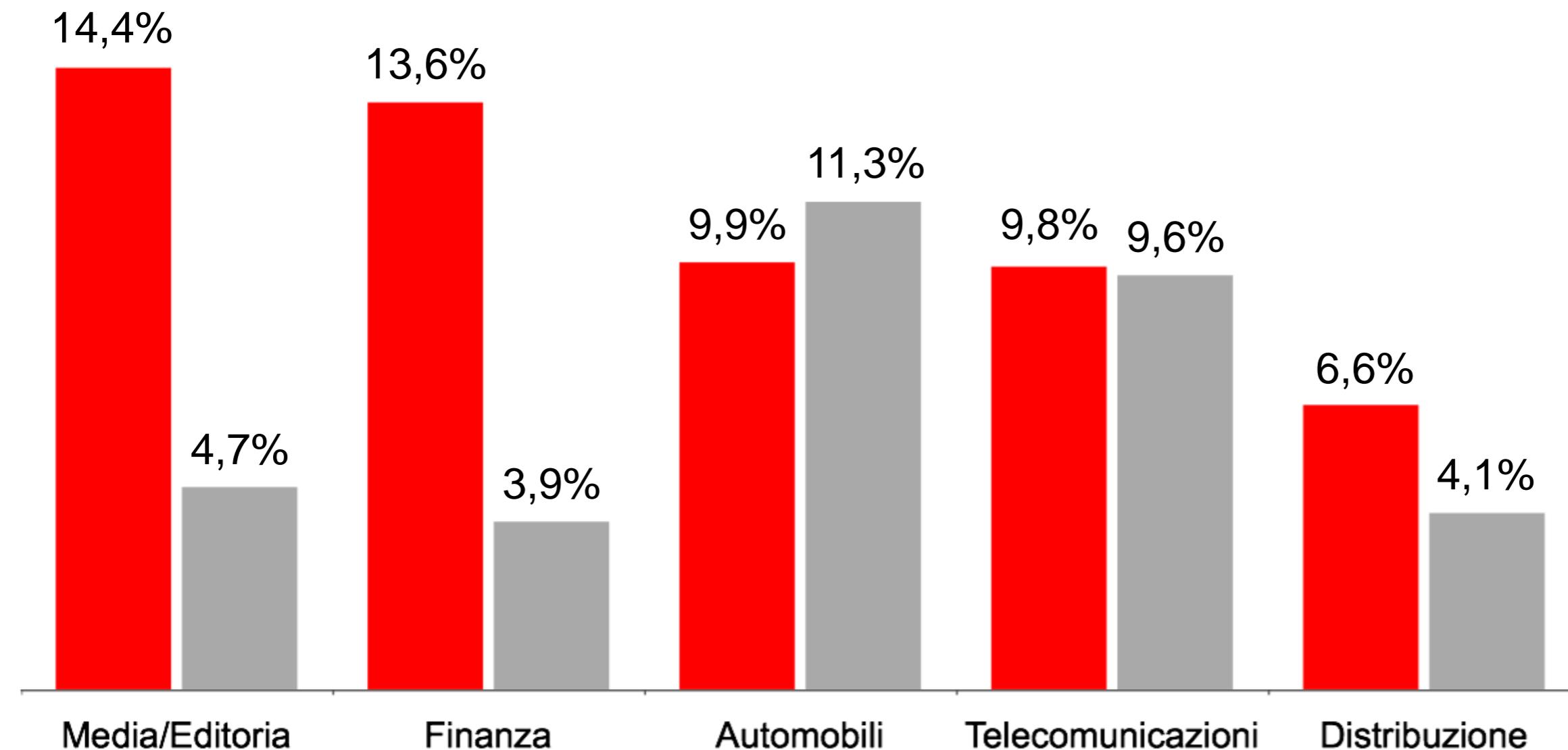


Fonte: Nielsen, 2010 – dati inerenti alla sola pubblicità Display.

# 2010: I SETTORI PRINCIPALI

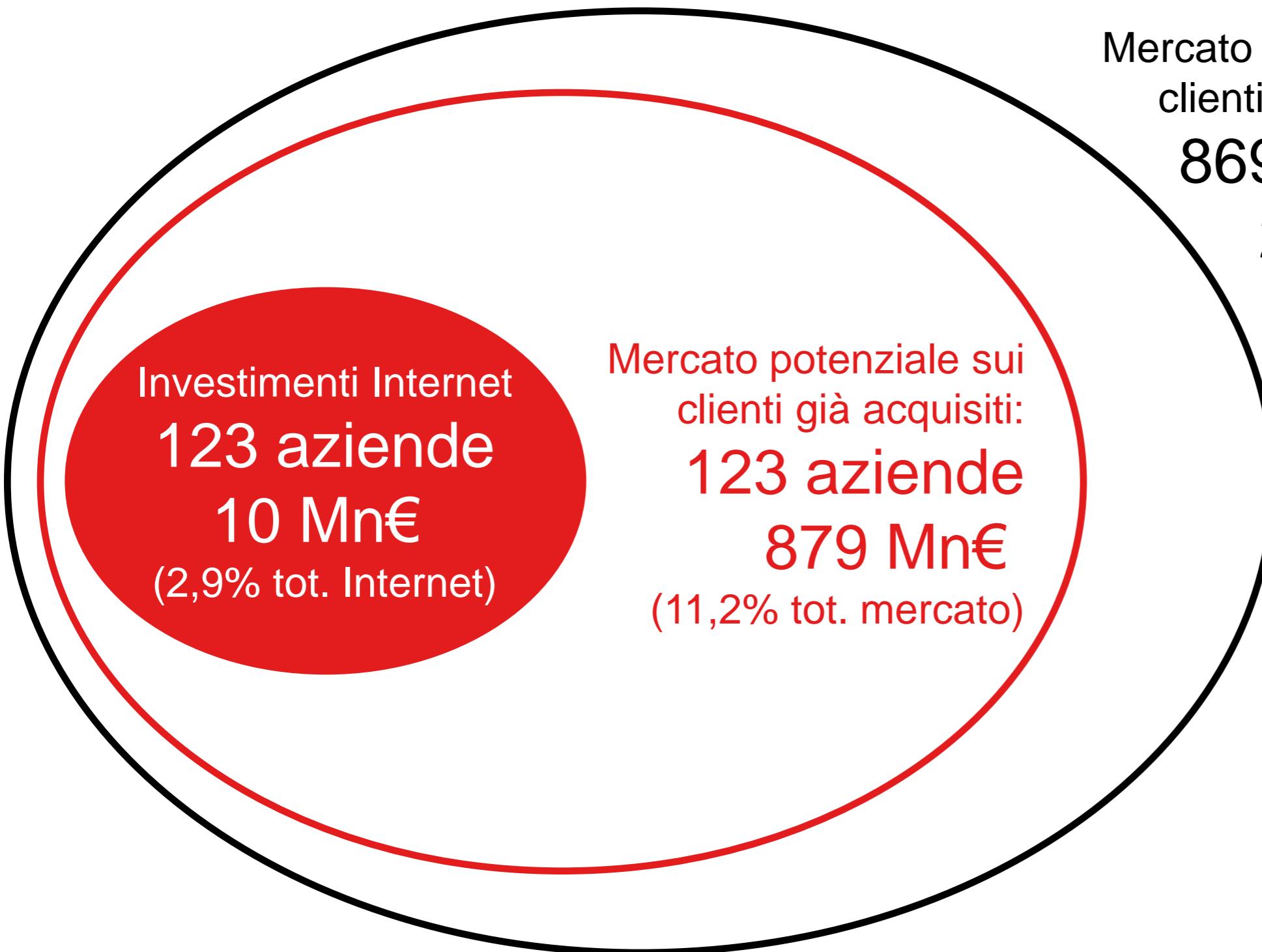
(80% quota)

■ Internet ■ Totale Mercato



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

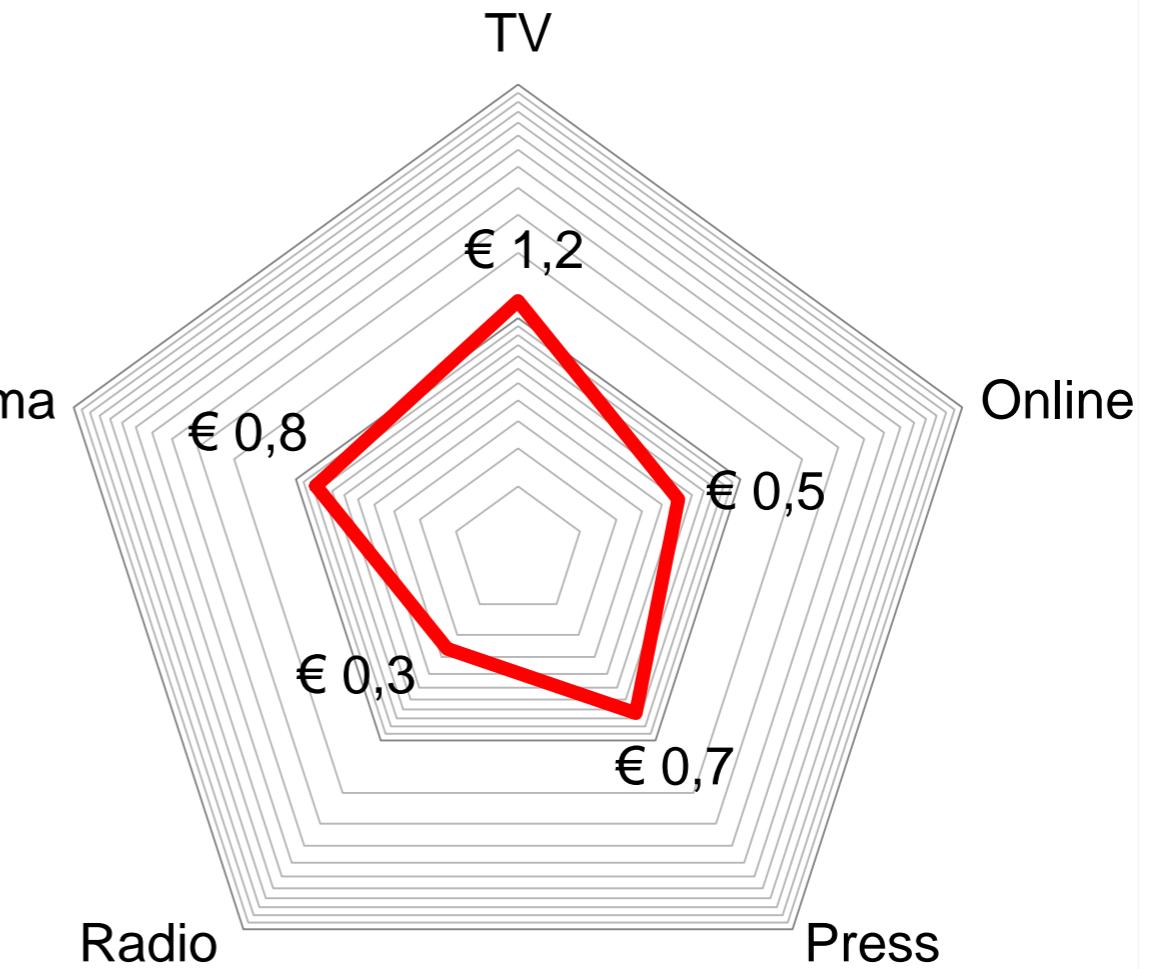
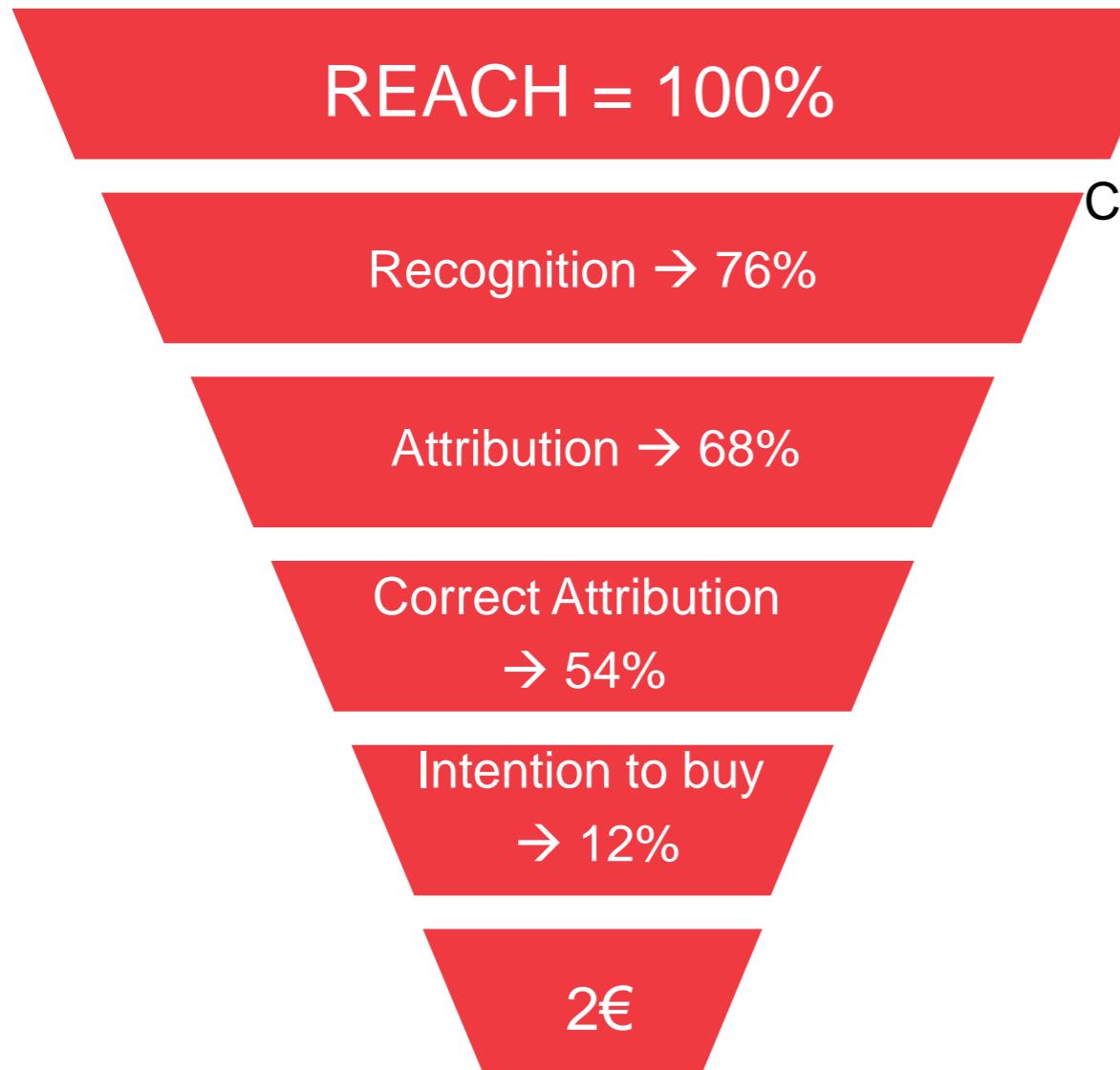
# IL SETTORE ALIMENTARE



Fonte: Elaborazioni IAB su Nielsen, Commerciale Nazionale escluse Keywords, Search, Directories. 2010.

# THE BRANDGAP

# 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

REACH = 100%

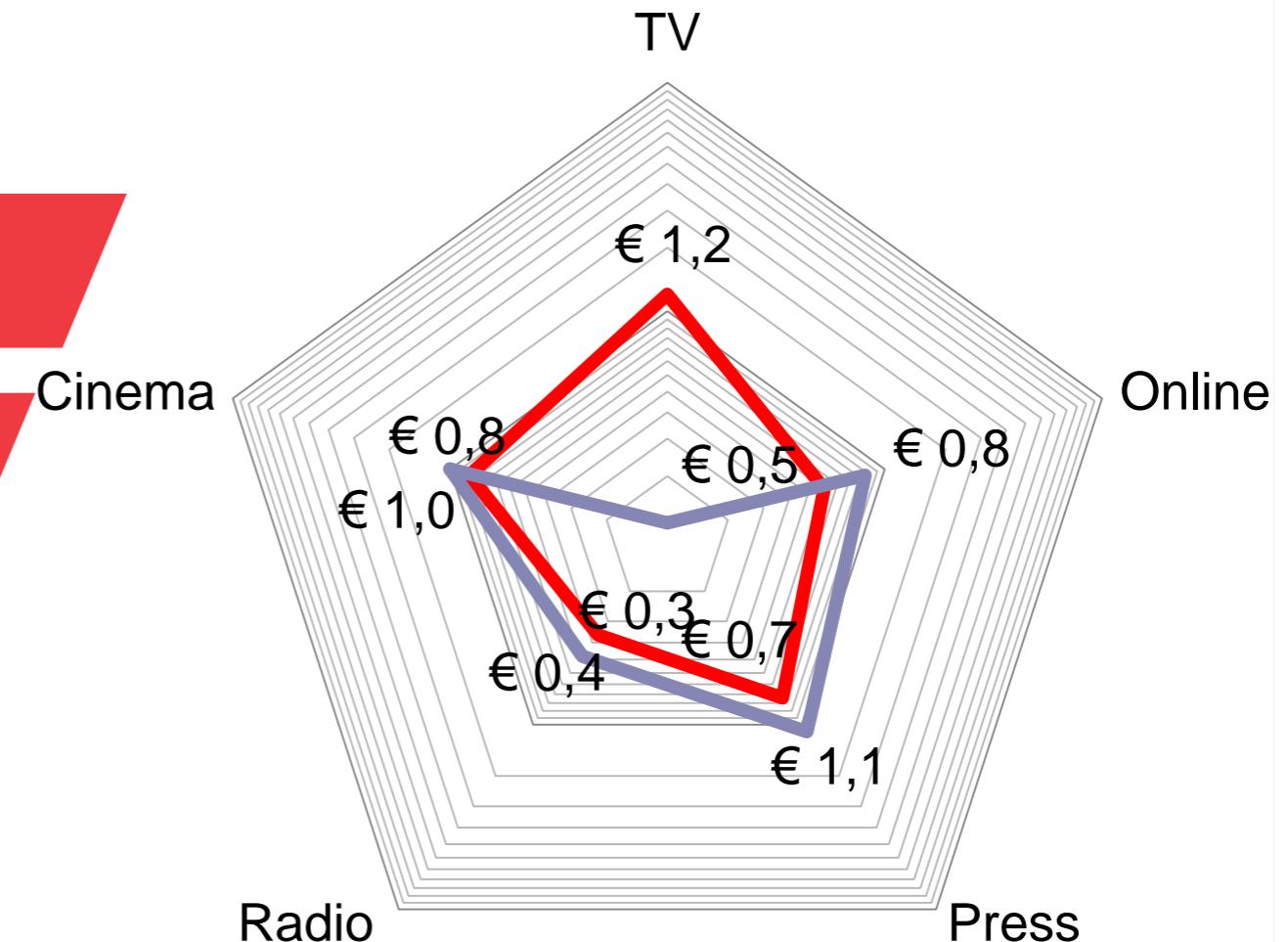
Recognition → 66%

Attribution → 58%

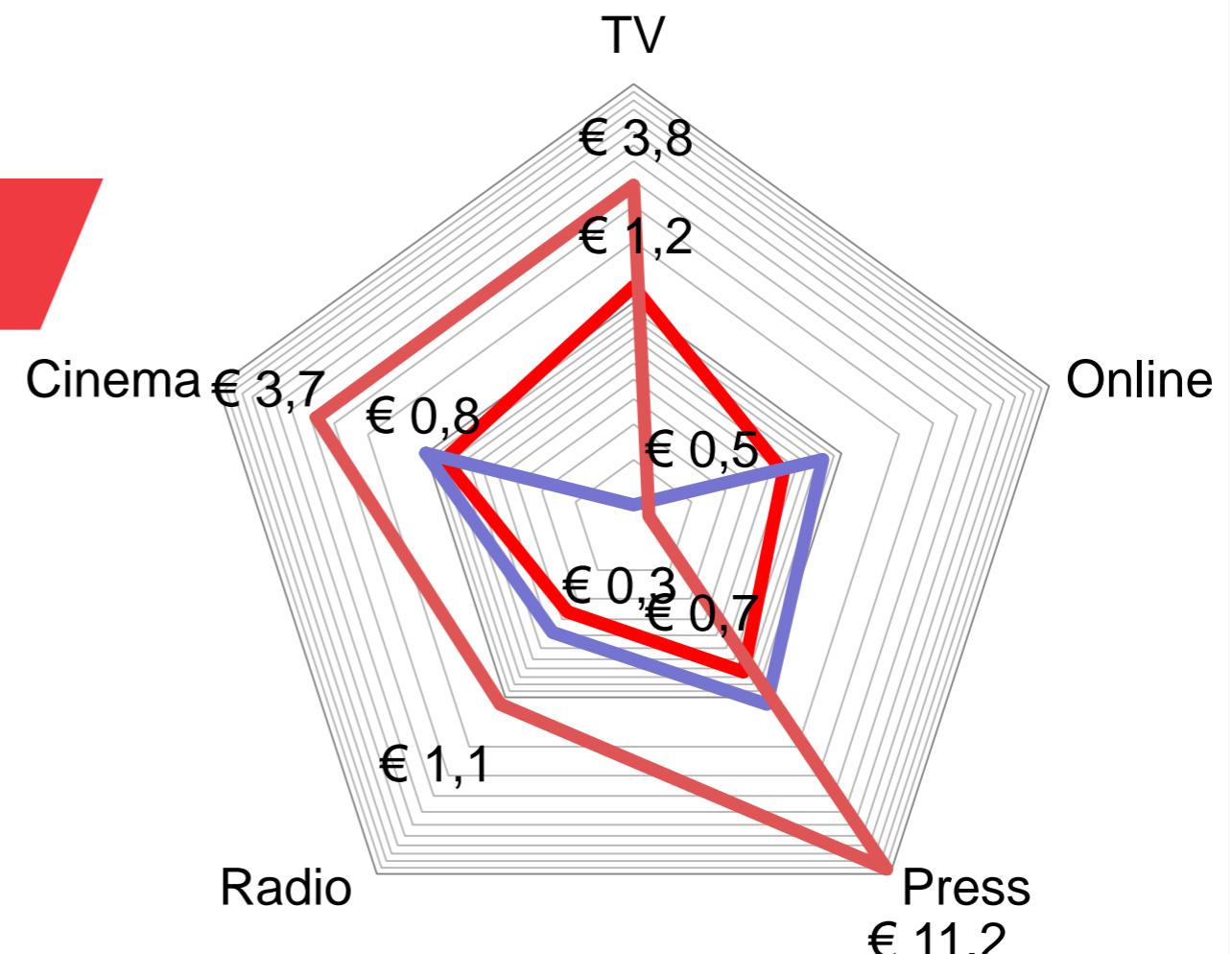
Correct Attribution  
→ 45%

Intention to buy  
→ 9%

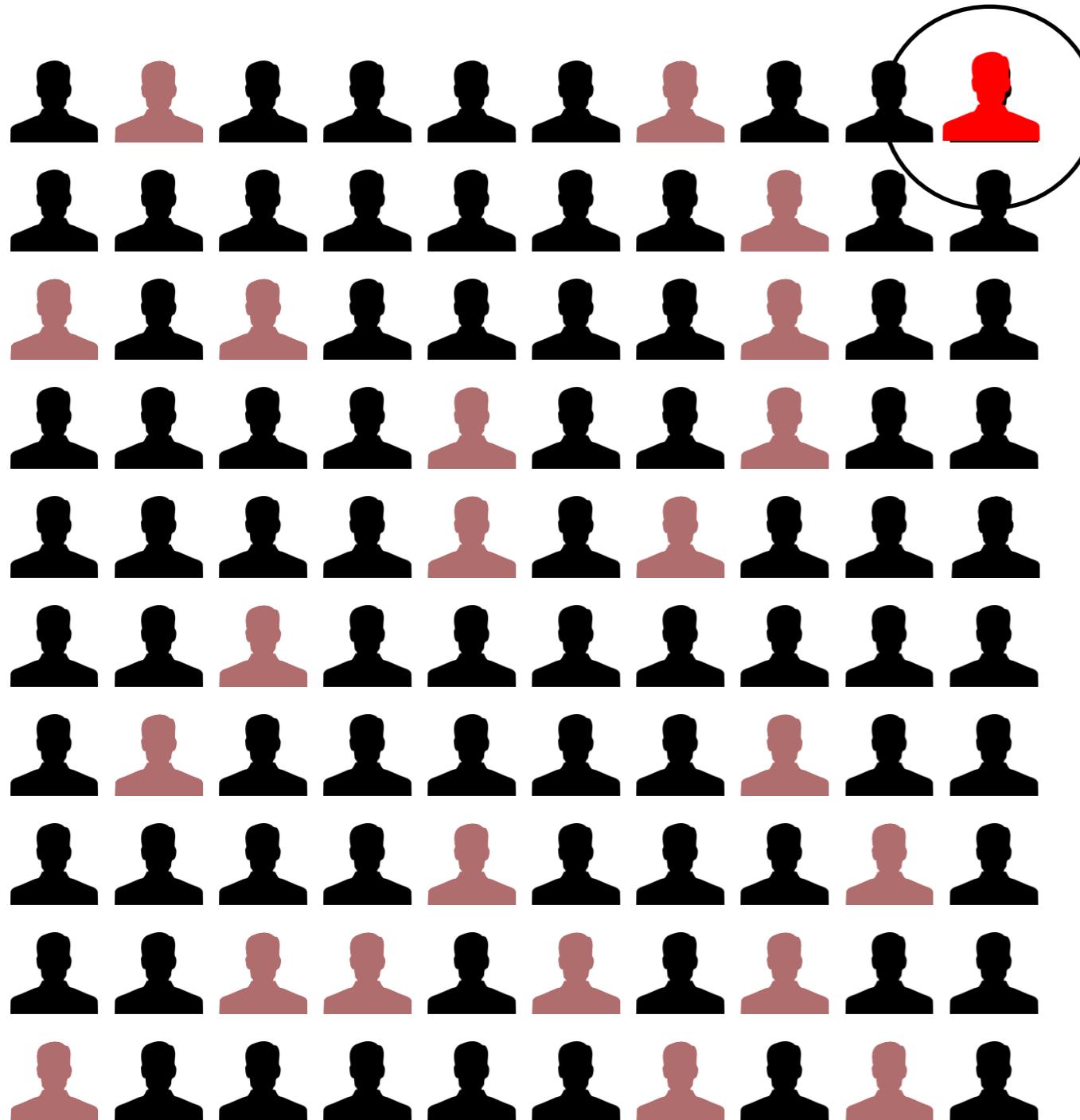
1,79€



# PIANIFICARE CROSS-MEDIA NEL NEW NORMAL – NO ONLINE



# 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.

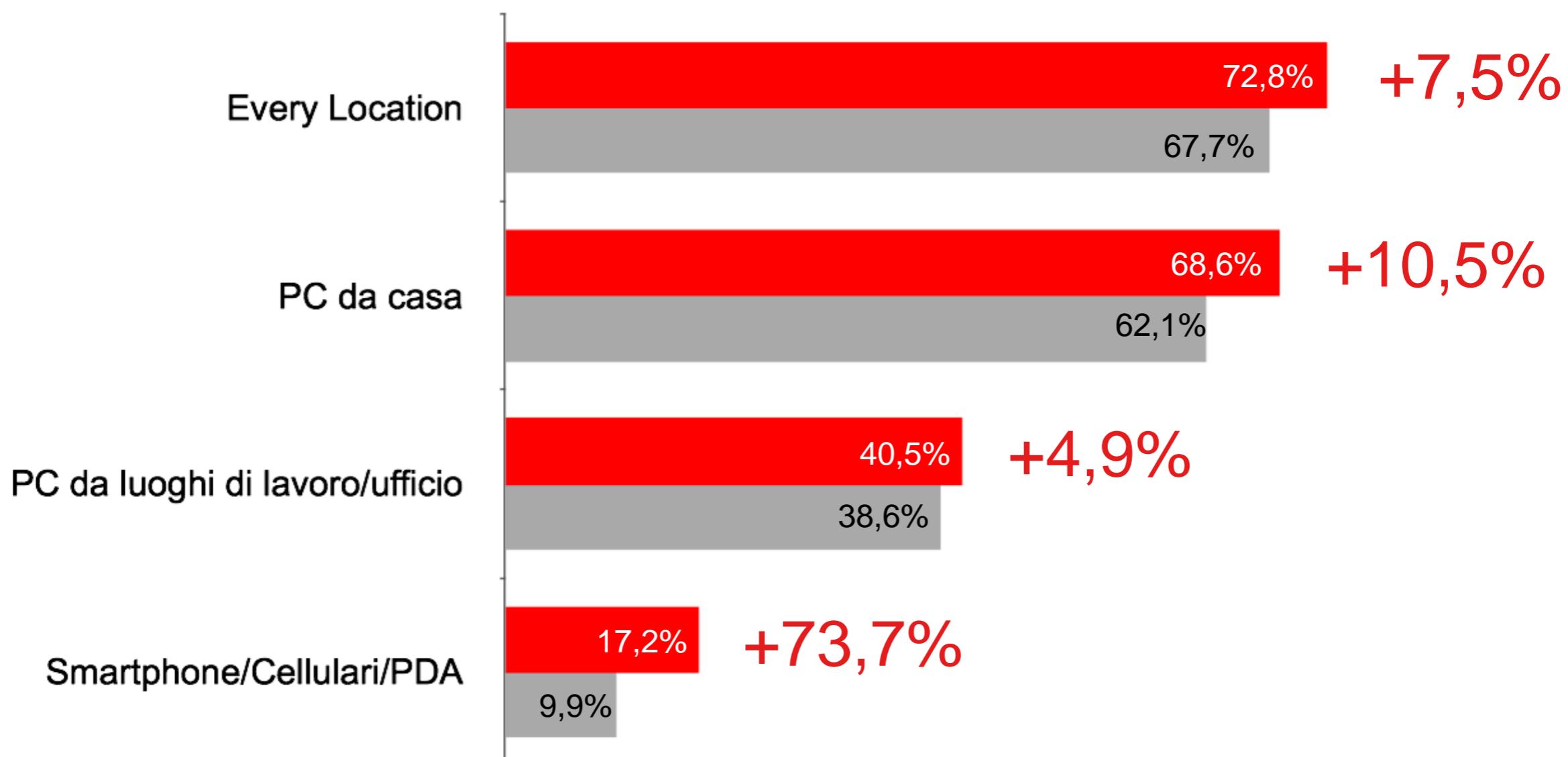
THE NEW  
AUDIENCE

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

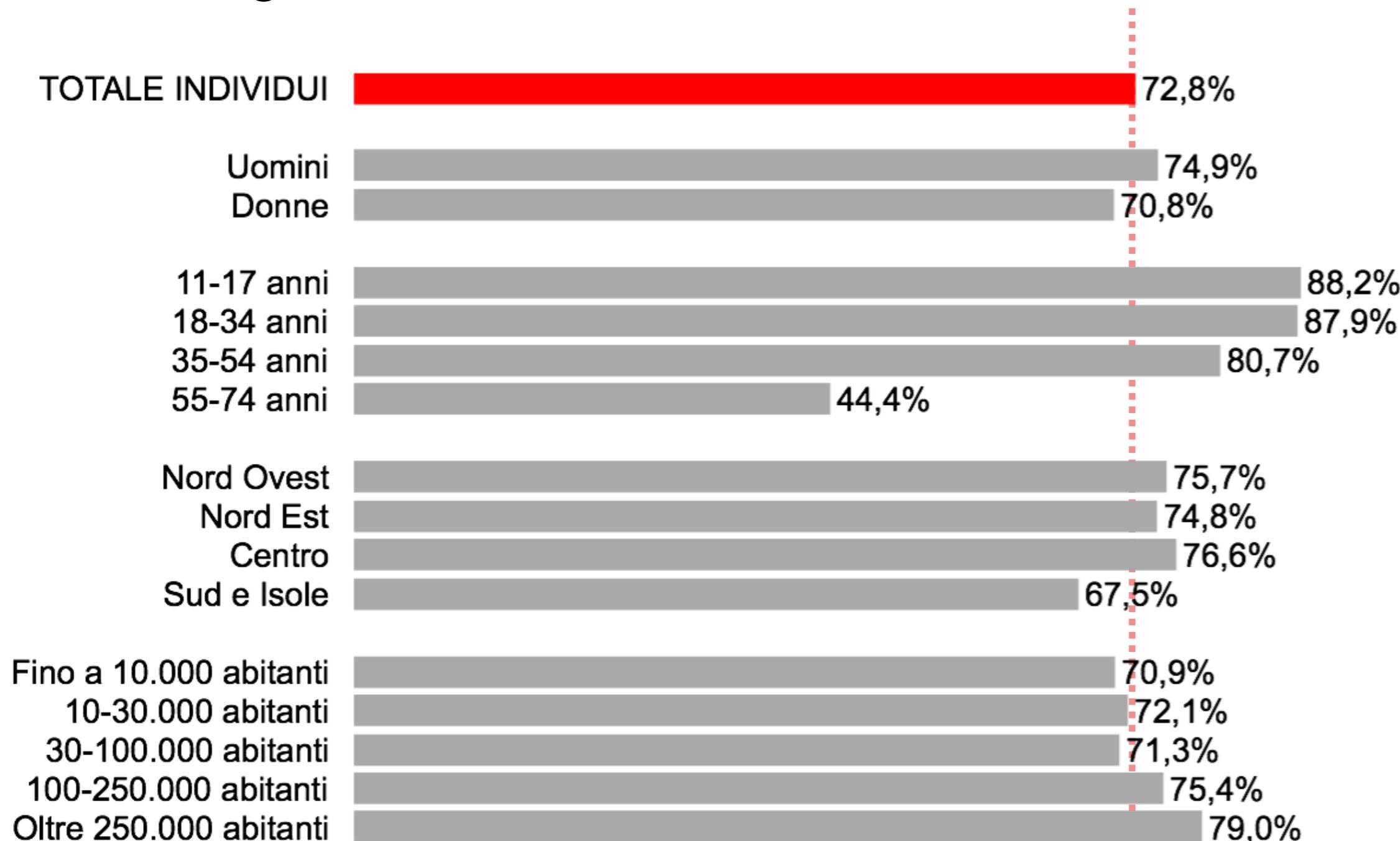
gli utenti che si sono collegati  
a Internet nel giorno medio  
del mese di giugno.

+11%

rispetto a giugno 2010.

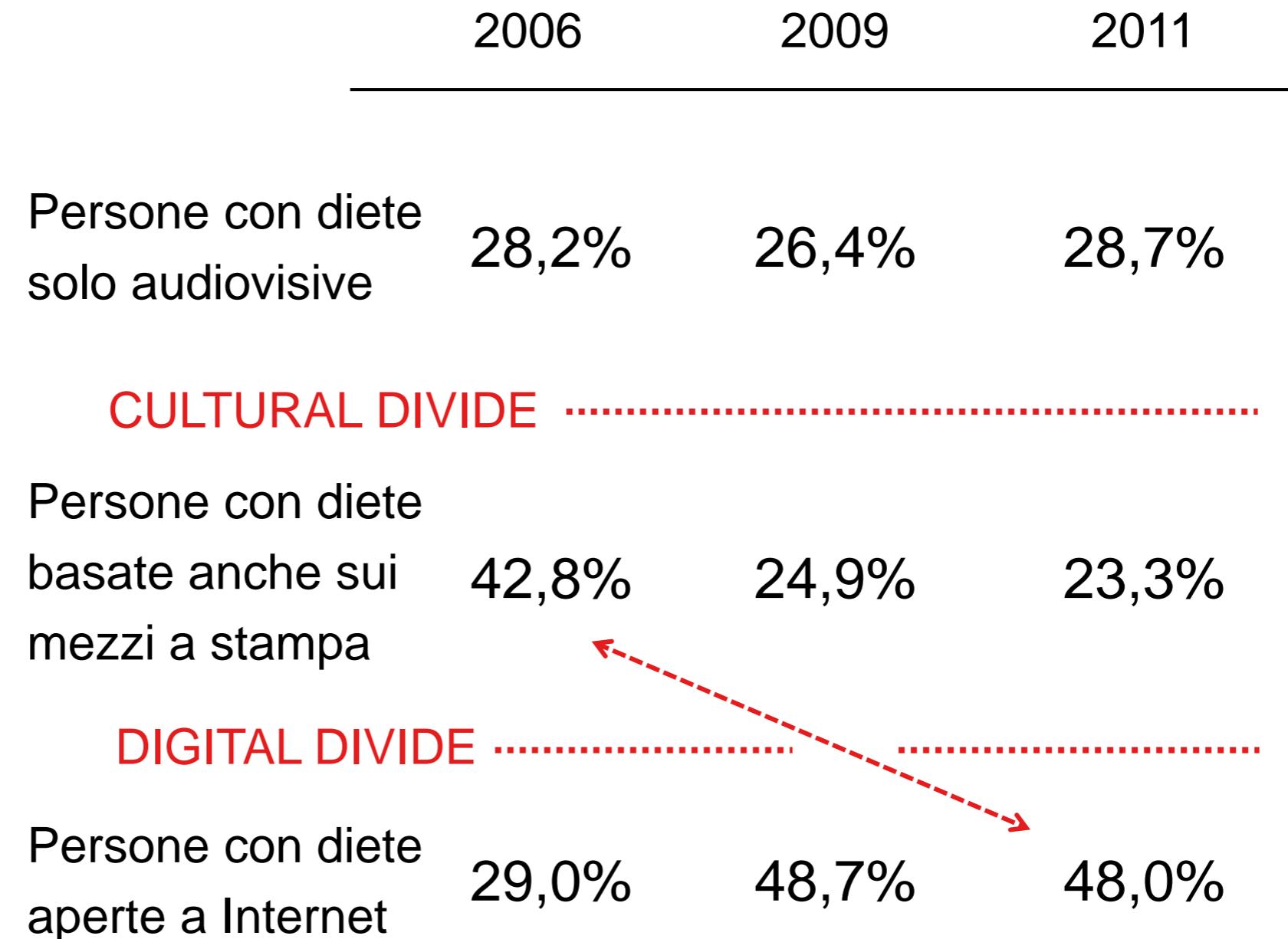
# ACCESSO A INTERNET

## Profilo degli individui



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

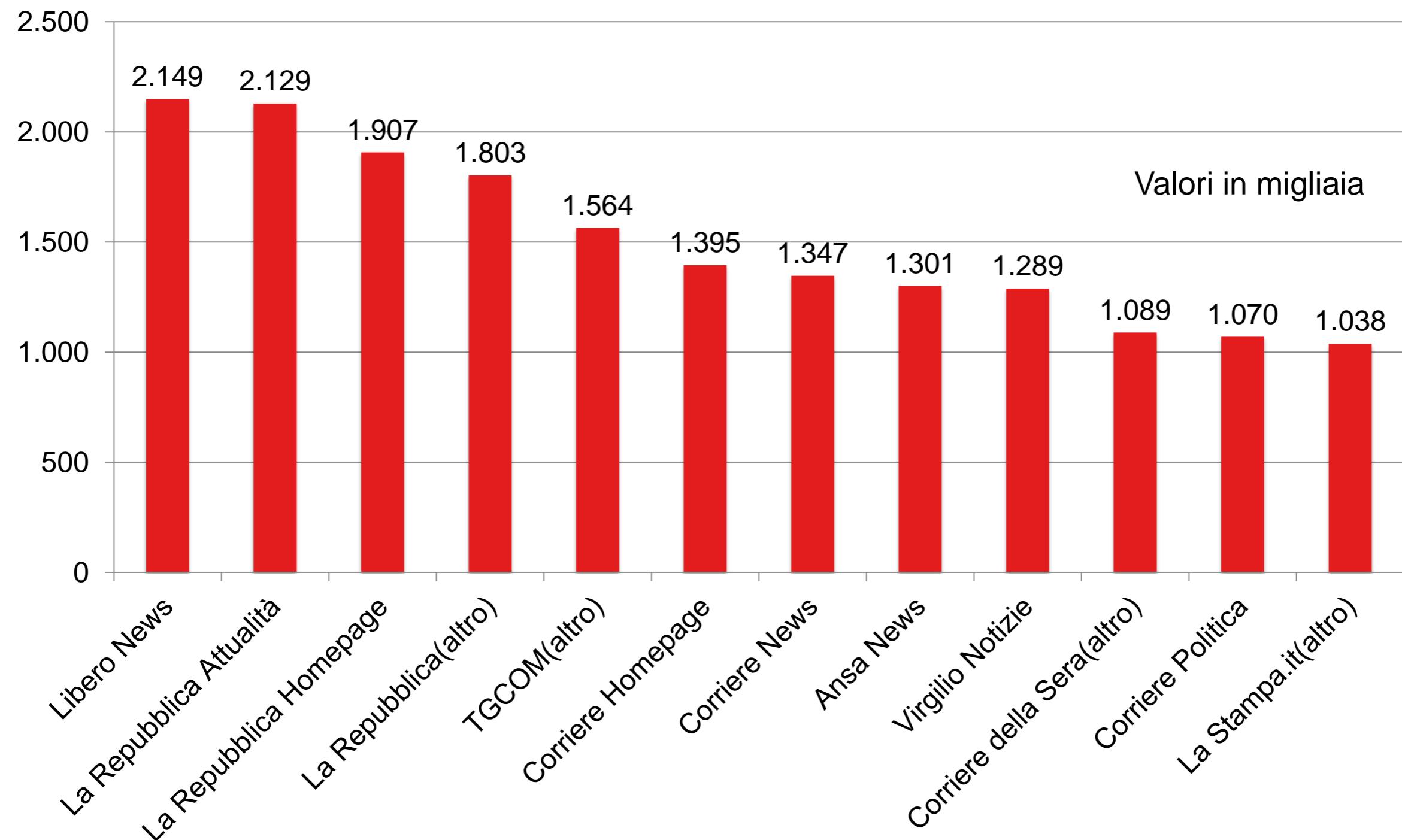
# NASCE IL ‘PRESS DIVIDE’



Fonte: indagini Censis 2006, 2009 e 2011.

# DIETA TV + ONLINE

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



Fonte: Nielsen Twinscreens Maggio 2011

# AUDIENCE MOBILE

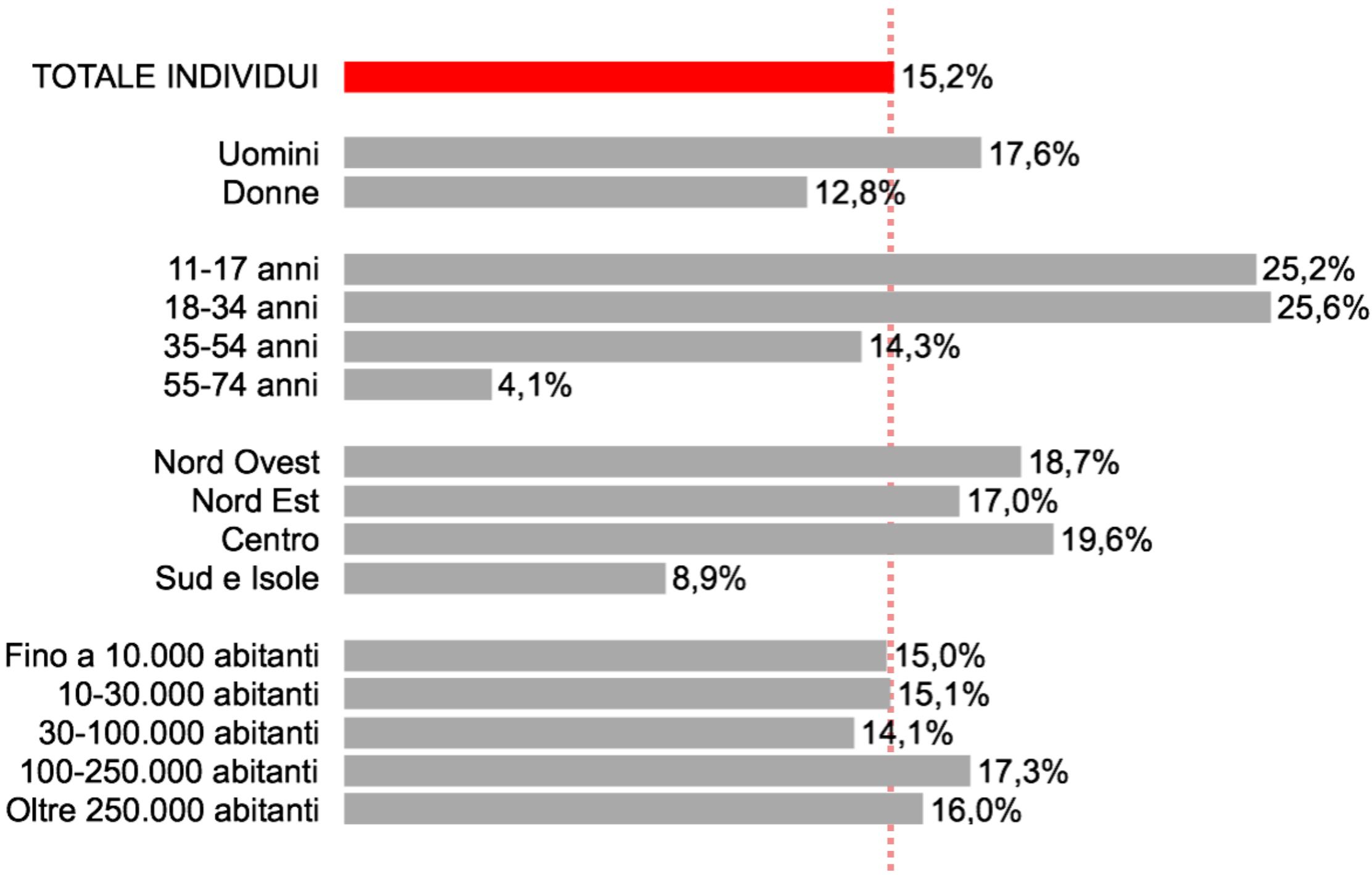
**12,9M**

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.

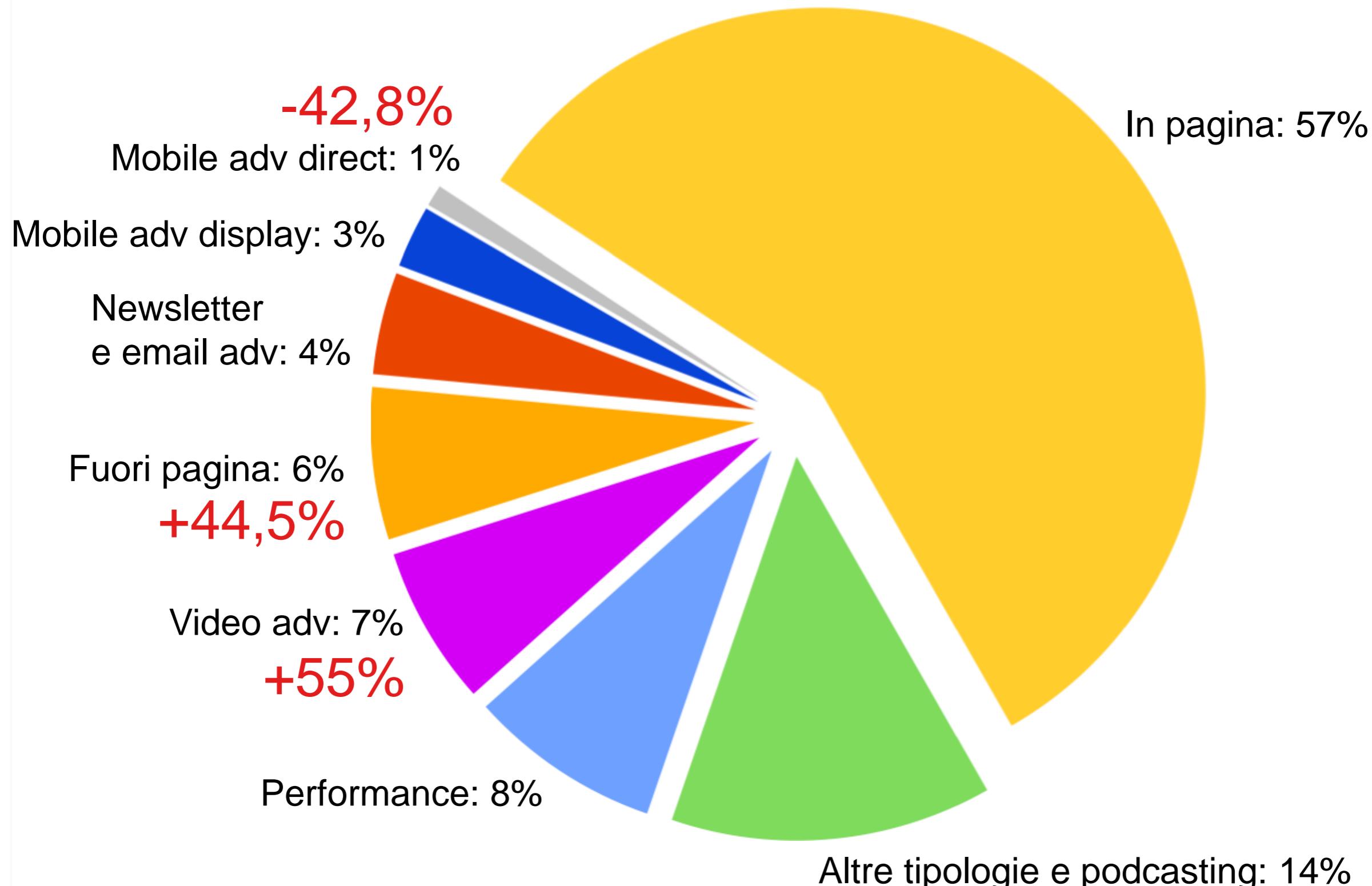
**71%**

della popolazione internet italiana.

**+16,5%**

rispetto a giugno 2010.

# INTERNET ADS

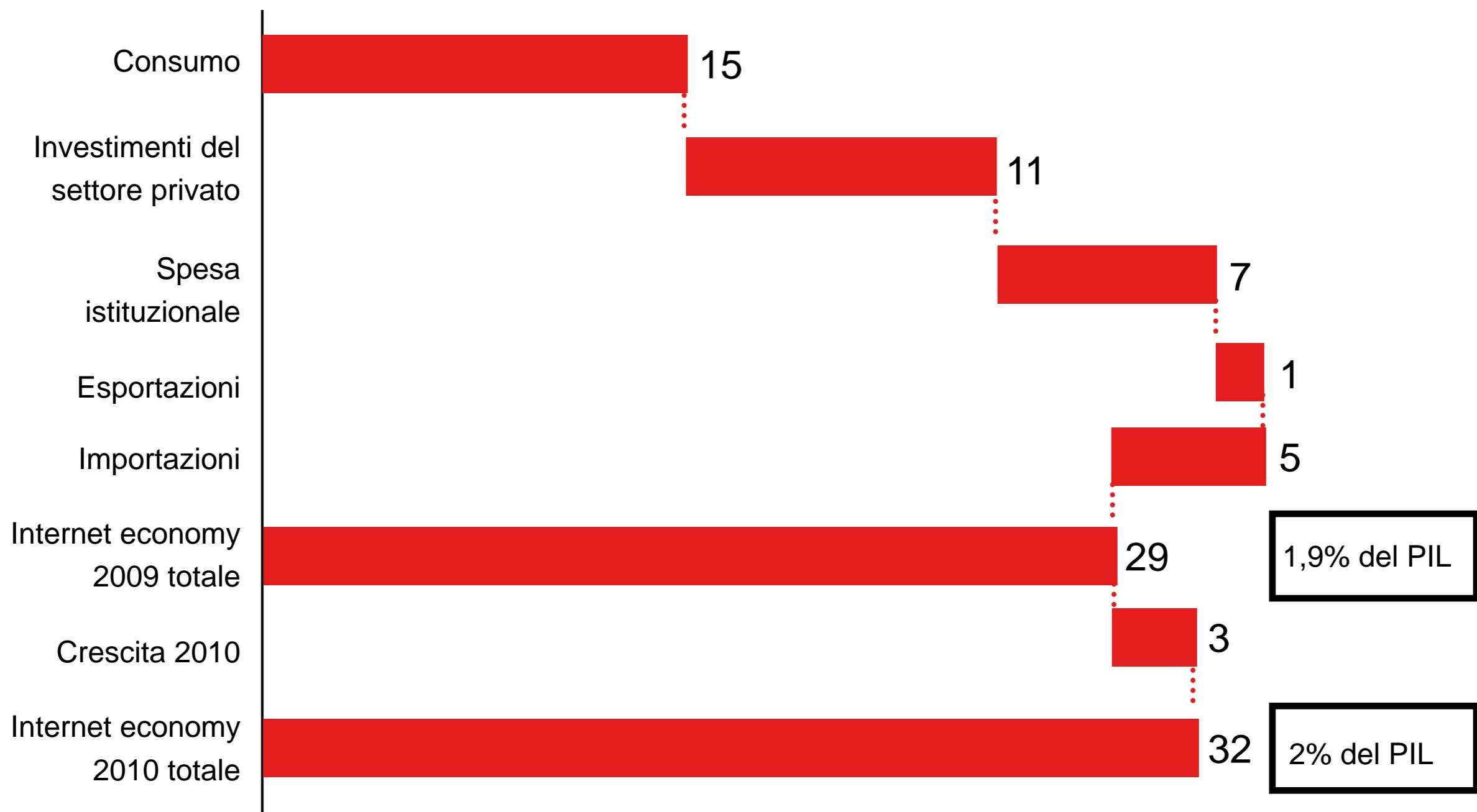


Fonte: FCP - Nielsen, Commerciale Nazionale escluse Keywords e Search. Variazione % giugno 2011 vs giugno 2010.

# 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 vedita in rete)

**15%**

incidenza di vendite all'estero.

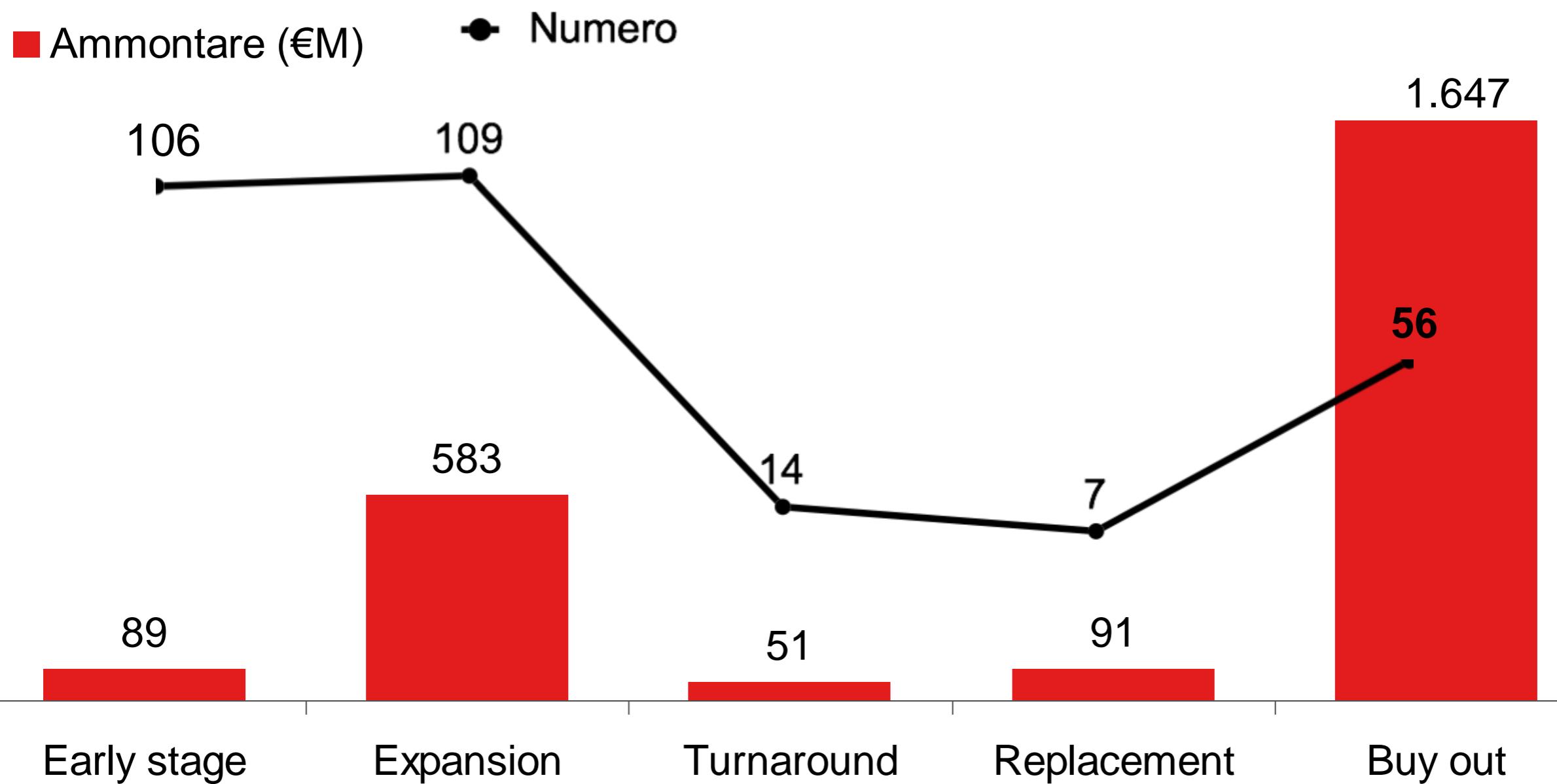
8% per le aziende online con esclusivamente il sito web.

4% per le offline.

**+34%**

l'aumento del personale per le aziende online attive.

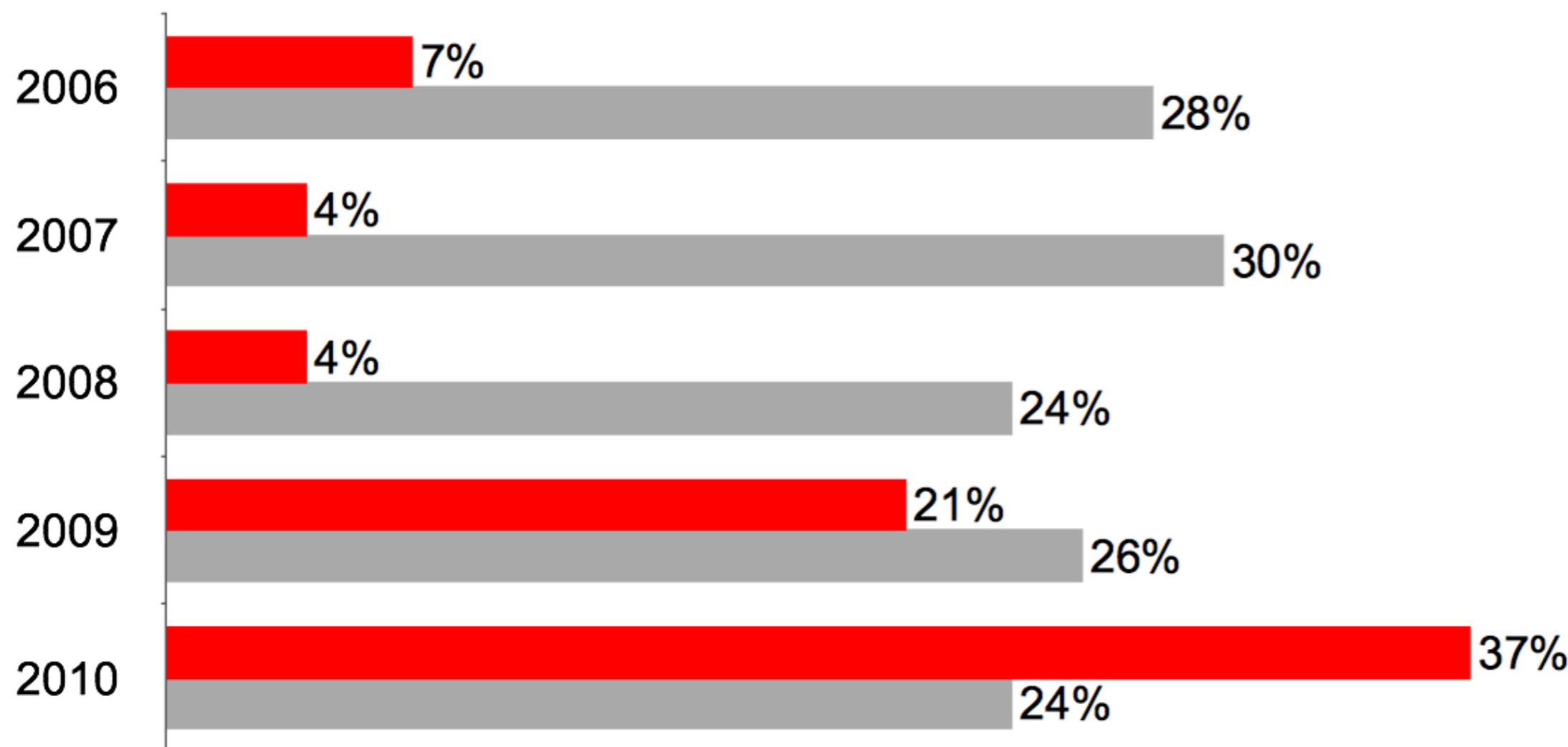
# INVESTIMENTI 2010 PER TIPOLOGIA



Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers.

# PESO INVESTIMENTI NEL SETTORE HIGH TECH

■ Ammontare ■ Numero



Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers.

# L'IMPATTO SULL'ECONOMIA ITALIANA

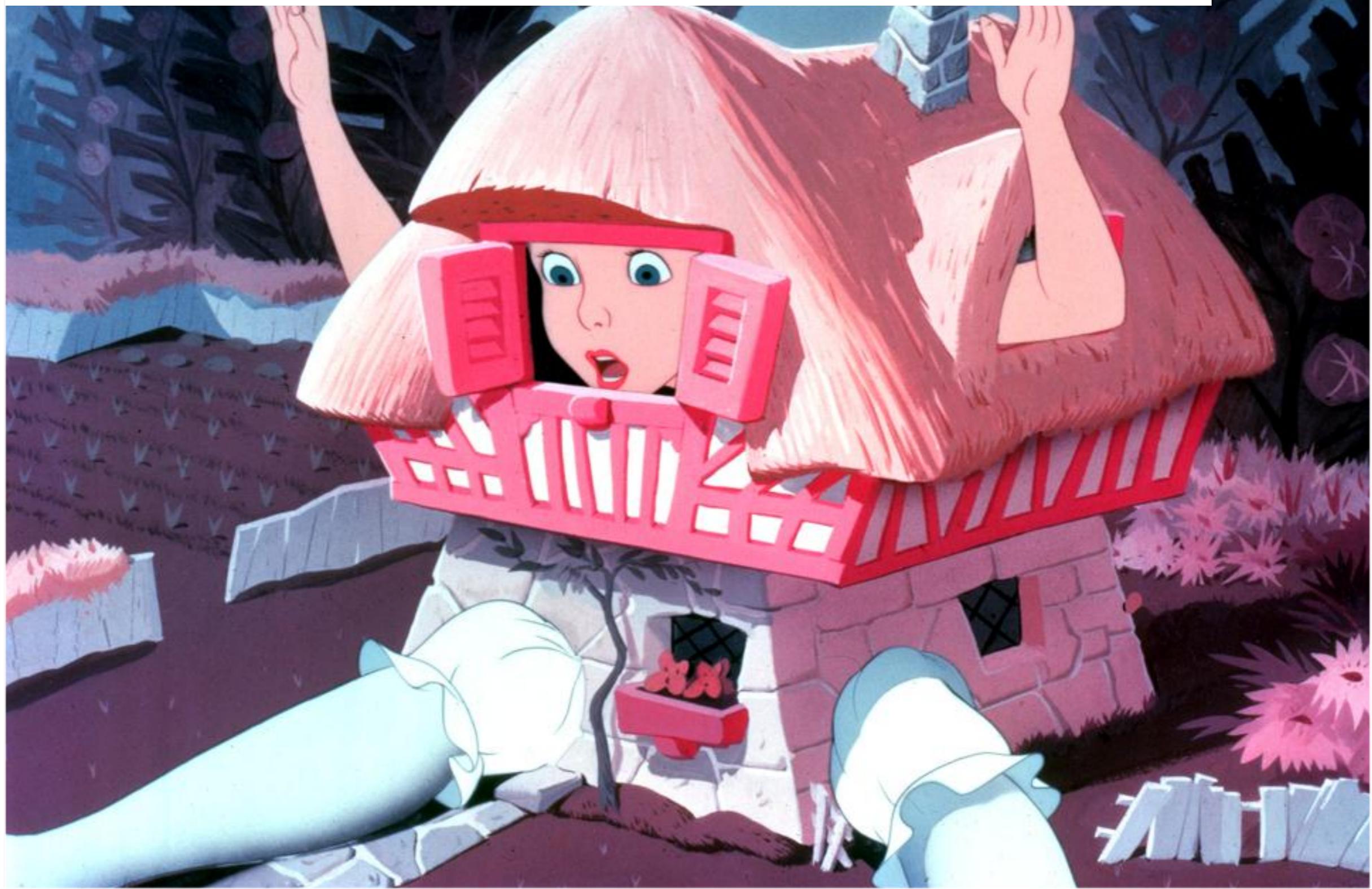
## Verso il 4% del PIL

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

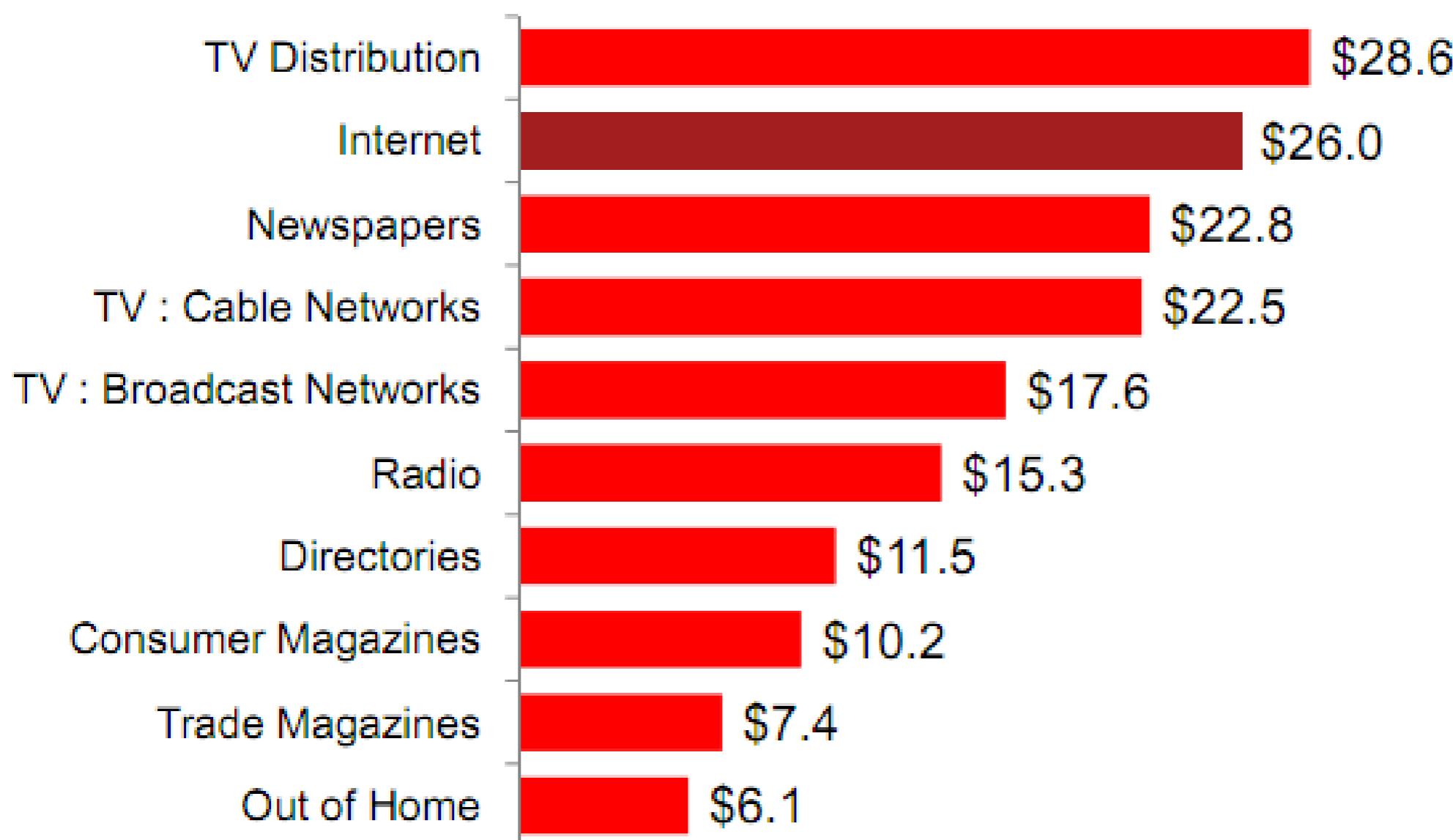
NEW NORMAL

# 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.

**2Mld**

>20% totale Adv.

**35Mio**

di utenti.

e+m+Ropo  
Commerce  
Investimenti

Business  
environment  
Education

Broadband  
Mobile

# NORMAL

...UN BUON  
NON-COMPLEANNO





# IAB PARTY MILANO!

12-13 ottobre



Michael Blann/ Getty Images