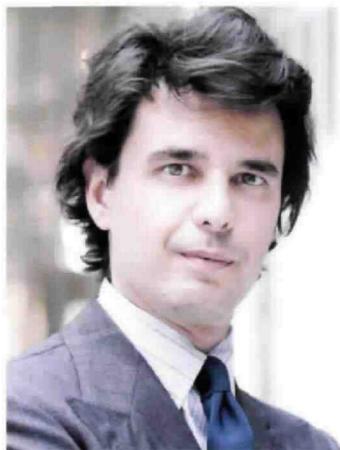


IAB Italia.

Interactive Advertising Bureau Italia



Carlo Noseda

Consiglio direttivo

Triennio 2014-2016

Presidente

Carlo Noseda

Vicepresidente

Michele Marzan

Tesorieri

Aldo Agostinelli

Consiglieri

Raffaele Cirullo**Gabriele Mirra****Virginia Pallavicini****Paolo Portioli****Stefano Portu****Roberto Silva Coronel**

Direttore Generale

Daniele Sesini

Marketing & Comunicazione

Federica Ravasi

Segreteria IAB Italia

Licia Guastelluccia

IAB Italia

Via Larga, 23 - 20122 Milano

Tel. e Fax 02 58.32.06.94

info@iab.it

www.iab.it

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia è l'associazione che raggruppa i maggiori operatori della pubblicità online, ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su internet a livello mondiale. La sua mission è contribuire alla diffusione della cultura digitale e di internet, alla promozione dell'intera industry e alla conoscenza delle potenzialità che l'online offre al Sistema Paese a tutti i livelli. Il Presidente è Carlo Noseda, eletto nel marzo 2014 insieme al nuovo Direttivo per il triennio 2014-16. A maggio è stato presentato il nuovo Direttore Generale, Daniele Sesini.

Punto di riferimento unico del settore per quanto riguarda lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sulla industry dell'advertising interattiva, la misurazione e la certificazione degli investimenti pubblicitari online, la definizione e l'applicazione degli standard, IAB Italia conta 183 soci, tra i principali operatori italiani e internazionali attivi in Italia nella comunicazione interattiva, ed è aperta all'adesione di editori, concessionarie, centri media, agenzie creative, web agency, istituti di ricerca, aziende, società di consulenza e associazioni che operano o intendono operare su internet con maggiore professionalità e consapevolezza.

Negli ultimi anni l'associazione ha raccolto un sempre maggiore consenso e adesioni dal mondo dei grandi investitori del mercato della Digital Advertising. Solo nel 2015 hanno scelto di associarsi a IAB Italia aziende del calibro di Piaggio, CheBanca!, Banca Generali e Telecom.

L'associazione è da oltre cinque anni fortemente impegnata nel consolidamento del suo ruolo di interlocutore privilegiato con le istituzioni a livello nazionale e internazionale, con l'obiettivo di bilanciare due principi essenziali: garantire la tutela degli utenti e permettere la crescita di un settore centrale per il rilancio dell'economia del nostro Paese. In quest'ottica IAB Italia ha partecipato ai principali tavoli di confronto con le istituzioni sui temi di interesse del comparto - dalla neutralità della rete alla proprietà intellettuale, fino all'agenda digitale e al copyright - concentrandosi negli ultimi anni sul tema quanto mai centrale e rilevante della privacy online, impegnandosi perché alcuni provvedimenti di respiro europeo fossero recepiti nel nostro Paese in maniera più flessibile rispetto ad altre realtà. In particolare lo scorso maggio IAB Italia, insieme al Garante per la Protezione dei Dati Personali e a DMA Italia, Fedoweb, Netcomm e UPA, ha presentato il kit implementazione delle Cookie Law per aiutare le aziende e gli utenti a recepire il provvedimento che mira all'individuazione delle modalità semplificate per l'informativa e l'acquisizione del consenso per l'uso dei cookie. IAB Italia ha aderito al progetto 'Programma il Futuro, localizzazione del progetto globale #Code.org. IAB Italia, all'interno delle numerose attività a sostegno di 'Programma il Futu-

ro', ha un ruolo di facilitatore, per avvicinare i soci e le aziende interessate, al coinvolgimento del progetto.

L'Associazione fa parte del network di IAB Europe, la federazione nata per promuovere e tutelare gli interessi dei player della comunicazione digitale interattiva in Europa, favorendo la cultura dell'advertising online attraverso la divulgazione di dati, regole e best practice. IAB Italia è direttamente rappresentata oltre che nel Board, anche nell'Executive Committee di IAB Europe.

Con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo del settore e la divulgazione della cultura digitale e di internet in Italia e all'estero, IAB Italia organizza diversi momenti di incontro e confronto nell'arco dell'anno.

Organizzazione di eventi rivolti ai manager:

- 'IAB Seminar': è l'evento di IAB Italia rivolto ad analizzare e approfondire tematiche specifiche e 'best practice' relative a internet e al mondo della comunicazione interattiva, che quest'anno ha visto due edizioni, dedicate rispettivamente al tema del Native e del Programmatic. Nel 2015 è stata presentata anche la prima edizione dei Seminar Verticali con un appuntamento dedicato al mondo del Pharma, in collaborazione con HPS - Health Publishing and Services.

- 'IAB Forum Milano': l'evento più atteso dalla business community, sempre ricco di novità e di ospiti di alto livello è tornato nel 2015 con un'edizione innovativa e un nuovo claim 'Learn, Do, Become' per raccontare l'evoluzione dell'evento e dell'industry dell'Advertising online. Collaborazione attiva con IAB Europe:

- Eventi: Interact Congress 2015, annuale confronto internazionale sui trend dei media digitali, in collaborazione con IAB Europe.

- Studi: AdEx Benchmark, rapporto annuale realizzato da IAB Europe - punto di riferimento sullo stato del mercato europeo dell'advertising in termini di investimenti; Mediascope Europe, studio biennale sul consumo e l'evoluzione dei modelli di fruizione dei media online in Europa.

Promozione di attività di formazione e informazione per rispondere all'esigenza di formare professionisti del settore (2015-2016):

- Master universitario di primo livello in comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva, organizzato in collaborazione con l'Università Cattolica di Milano.

- MUMM-Master Universitario in Marketing Management della Facoltà di Economia della Sapienza, Università di Roma.

- Master in Marketing e Comunicazione in collaborazione con [Palma Graduate School](#) di Bologna.

Sempre nell'ambito della formazione, IAB Italia ha anche lanciato IAB Academy, la piattaforma ideata per rispondere alle necessità di formazione e aggiornamento degli operatori del digital advertising.