


Internet esplode e crea nuova pubblicità

Pubblicato: Giovedì 9 Novembre 2006

 **Sono 1.553 le aziende italiane che investono in pubblicità online**, la spesa media di una campagna su Internet è di 72 mila euro, pari praticamente all'investimento medio fatto sui periodici. Sono gli ultimi numeri di Internet, presentati ieri da Paolo Duranti, direttore Nielsen Media Research, all'annual Iab Forum, convegno che indaga sulla pubblicità on line, inaugurato ieri a Fiera Milano City.

Si affidano alla pubblicità online soprattutto aziende di tlc, finanza, assicurazioni, tempo libero, e un terzo delle imprese che oggi fanno pubblicità in televisione usa anche il web. Internet ha oggi un miliardo di utenti nel mondo, negli Usa gli acquisti on line sono saliti a 200 miliardi di dollari e in Italia la fetta di mercato cresce, anche se rimane al di sotto delle sue reali possibilità. **La quota di mercato italiana assorbe oggi però solo il 2% dell'intero mercato pubblicitario**, mentre la tv, la regina dell'advertising, arriva al 60%.

Ma il web, secondo il parere di tutti gli esperti, è a una svolta epocale. In Inghilterra Internet fa più ascoltatori dei canali televisivi privati e fenomeni come Youtube stanno insidiando la prima serata televisiva. Insomma non è più la cenerentola dei media, ma il mezzo di comunicazione con i margini di crescita più interessanti. Lo ha detto anche il Ministro delle telecomunicazioni Paolo Gentiloni, durante la prima giornata dello Iab Forum, auspicando un aumento delle pubblicità on line anche in funzione di un aumento delle libertà di informazione.

Il ministro-blogger ha accennato a una possibilità di sviluppo che interessa da vicino anche il Varesotto, e il suo tessuto di piccole imprese, "La nostra economia è ampiamente formata da piccole e medie imprese – ha detto – che finora non hanno potuto permettersi la pubblicità sui broadcast televisivi, adesso potranno farlo con Internet". Linfa fresca, che però non andrà a sovrapporsi con la pubblicità televisiva, ma che farà invece entrare nel circuito degli investitori in pubblicità, imprese che adesso non hanno i mezzi per farlo.

Oggi gli investimenti sul web, dicono le cifre presentate ieri a Milano, sono pari a 200 milioni di euro, a fronte di una crescita esplosiva + 50%.

Il 58% delle aziende che fanno pubblicità su Internet sono marchi nuovi, che non avevano investito in precedenza sulla rete. Il 34% degli inserzionisti resta online per un periodo che oscilla dai due ai tre mesi.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it