

---

# Il mercato dell'Internet Advertising

IAB Forum 2015, 1 dicembre - MiCo Milano

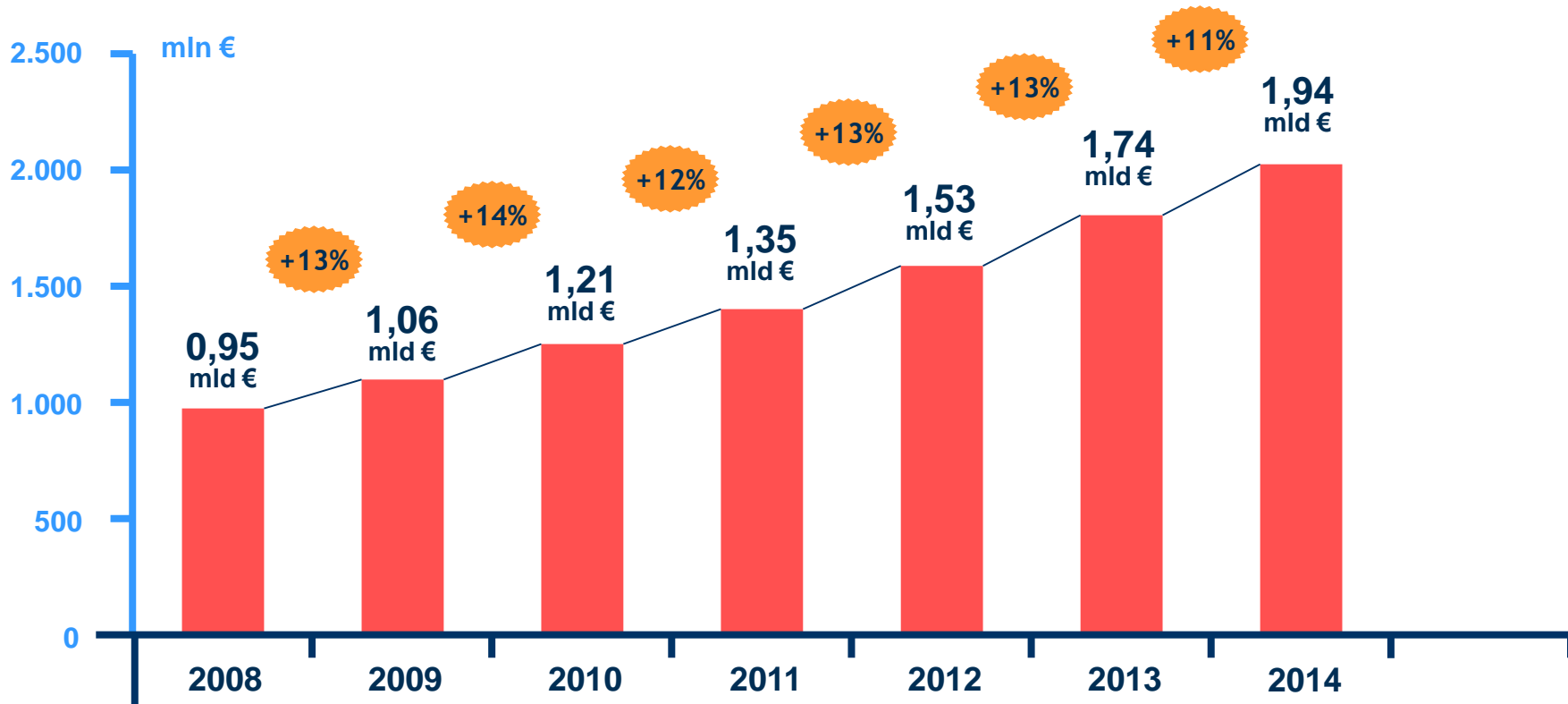


# Il mercato dell'Internet Advertising

*Marta Valsecchi*

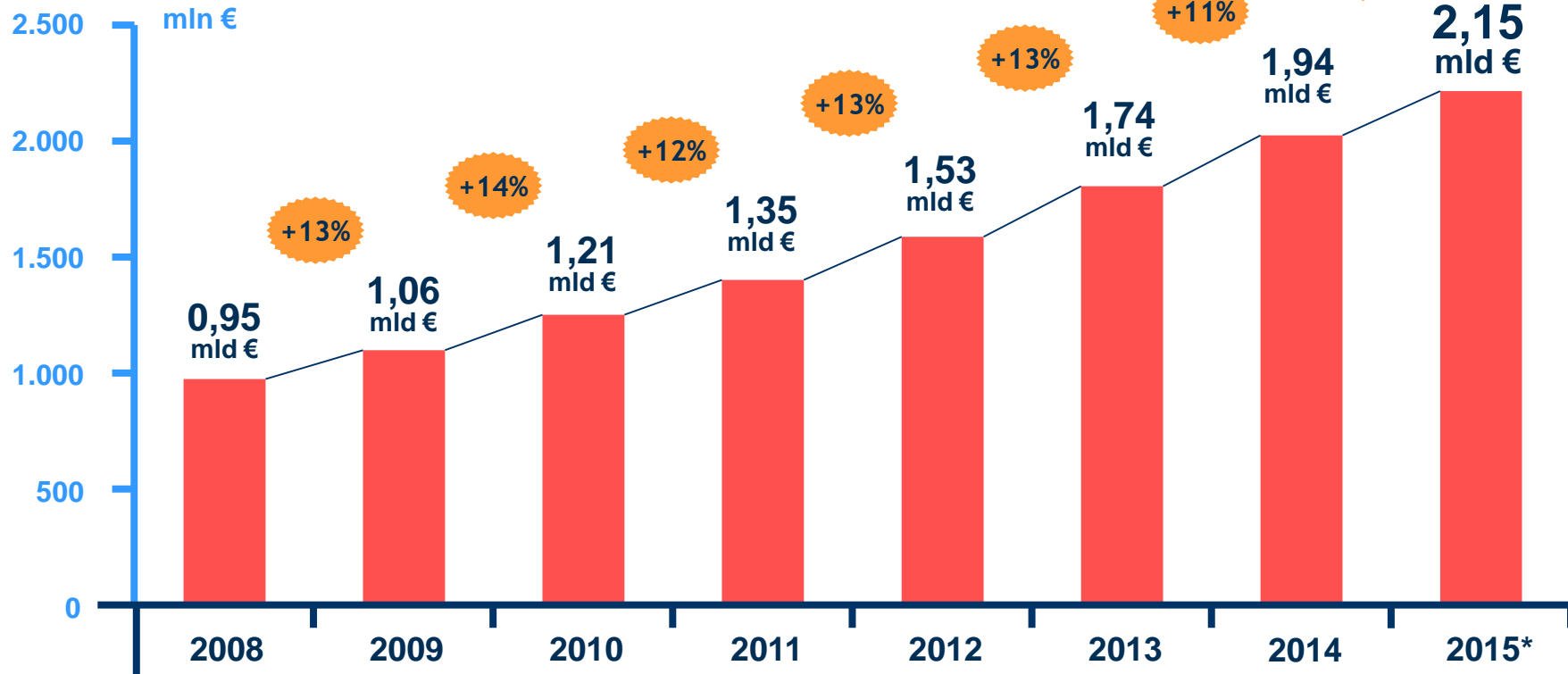
IAB Forum 2015, 1 dicembre - MiCo Milano

# Internet Advertising: la dinamica del mercato



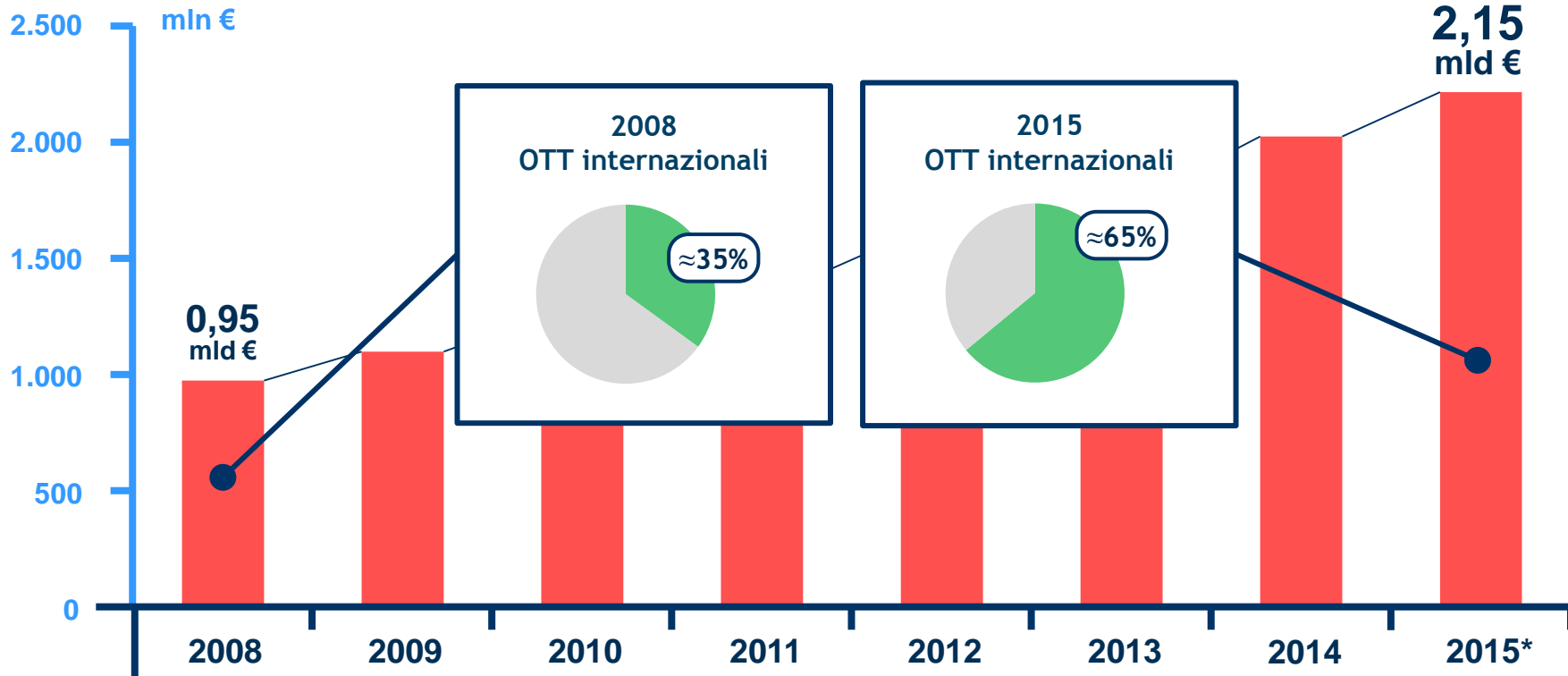
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia

# Internet Advertising: la dinamica del mercato



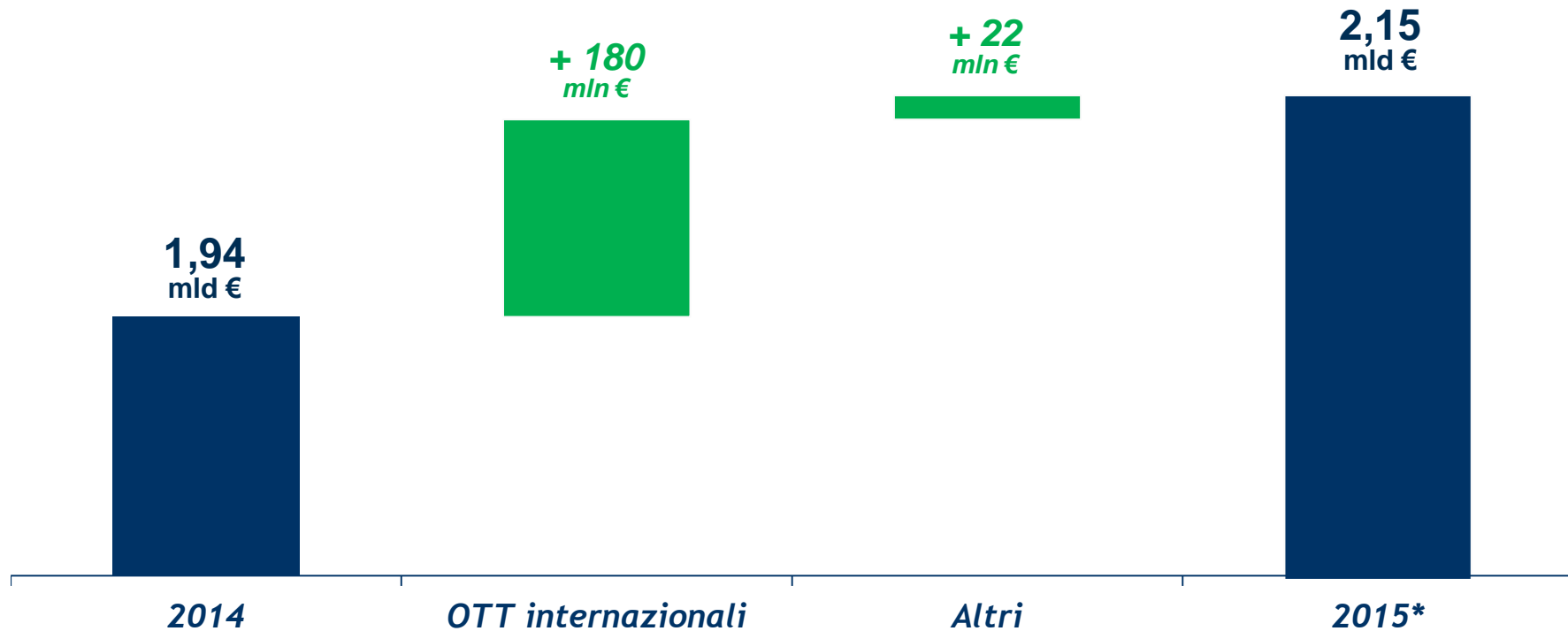
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: il peso degli OTT internazionali



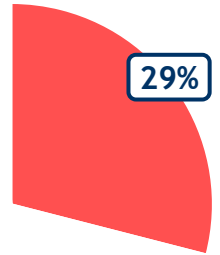
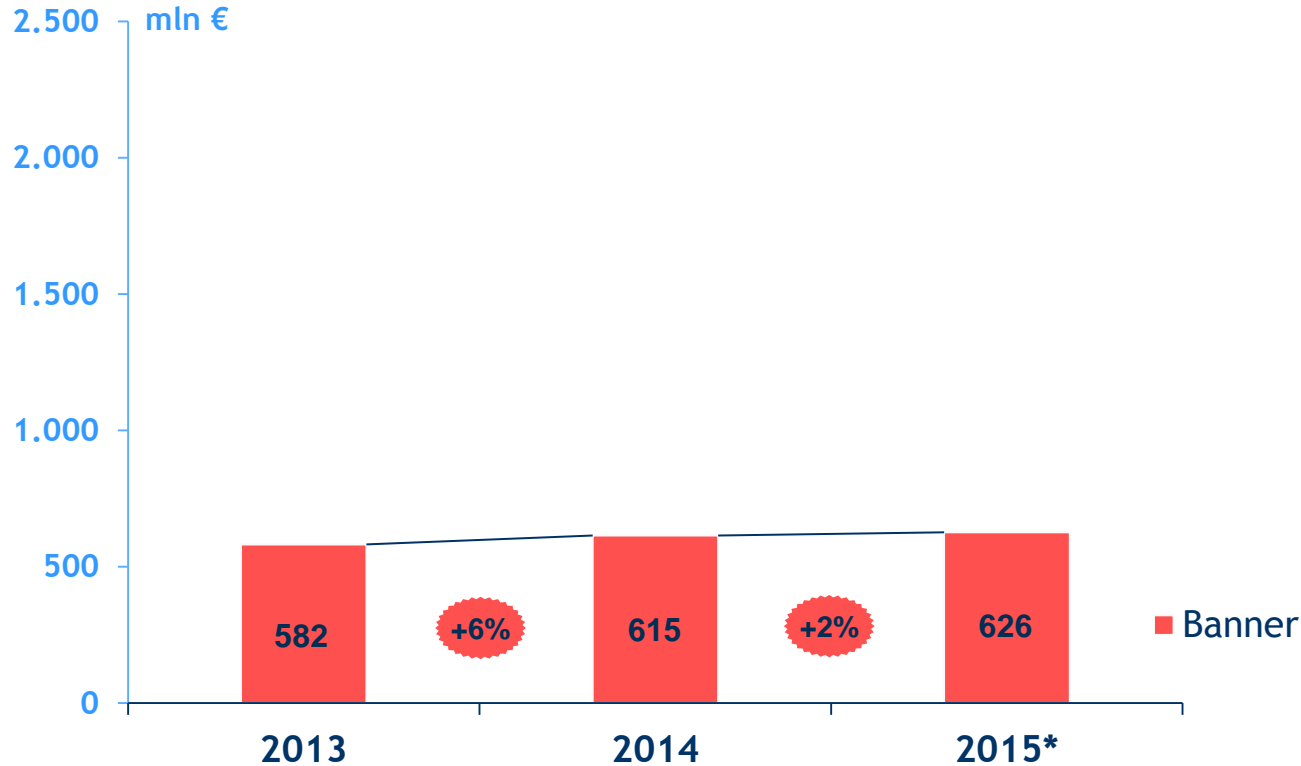
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: chi detiene la crescita



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

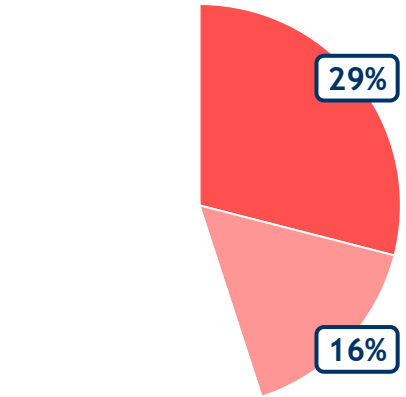
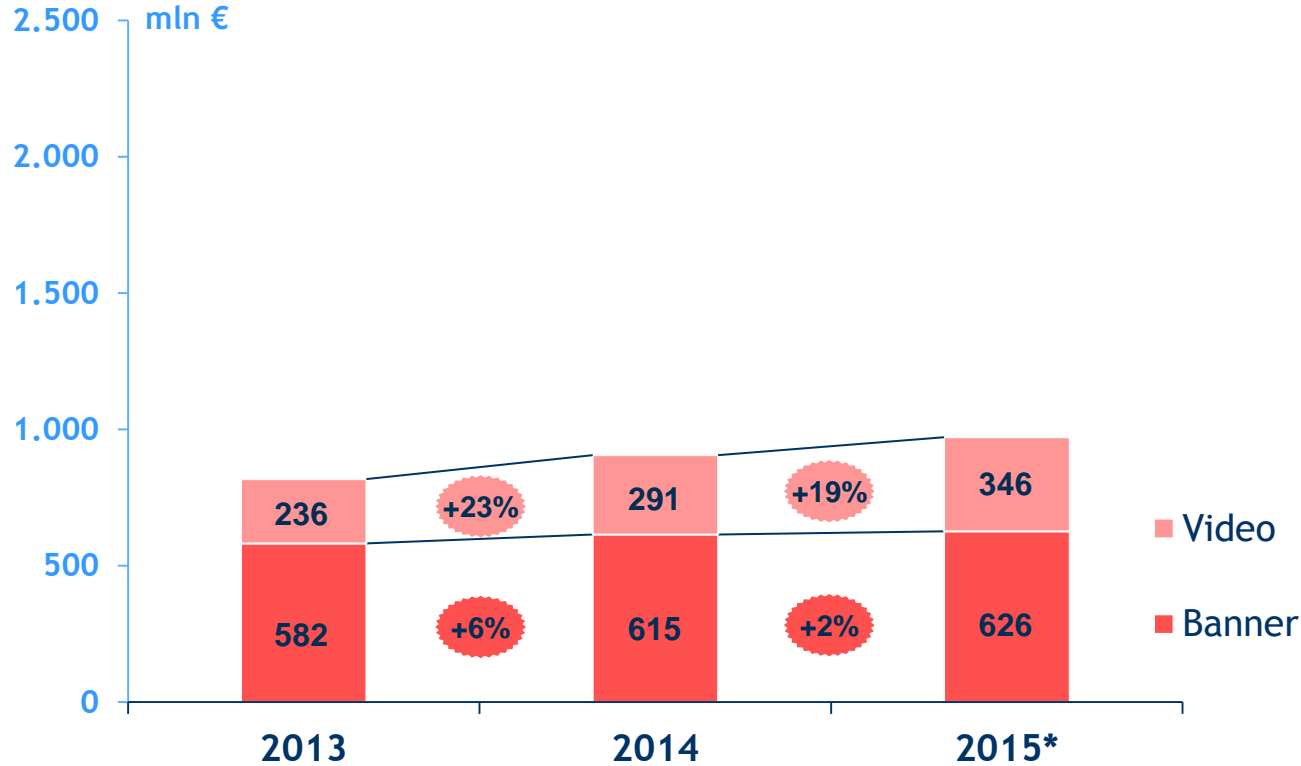
# Internet Advertising: la vista per formati



Peso % dei formati  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: la vista per formati

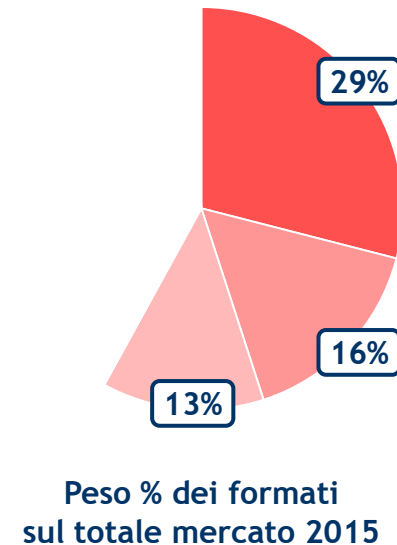
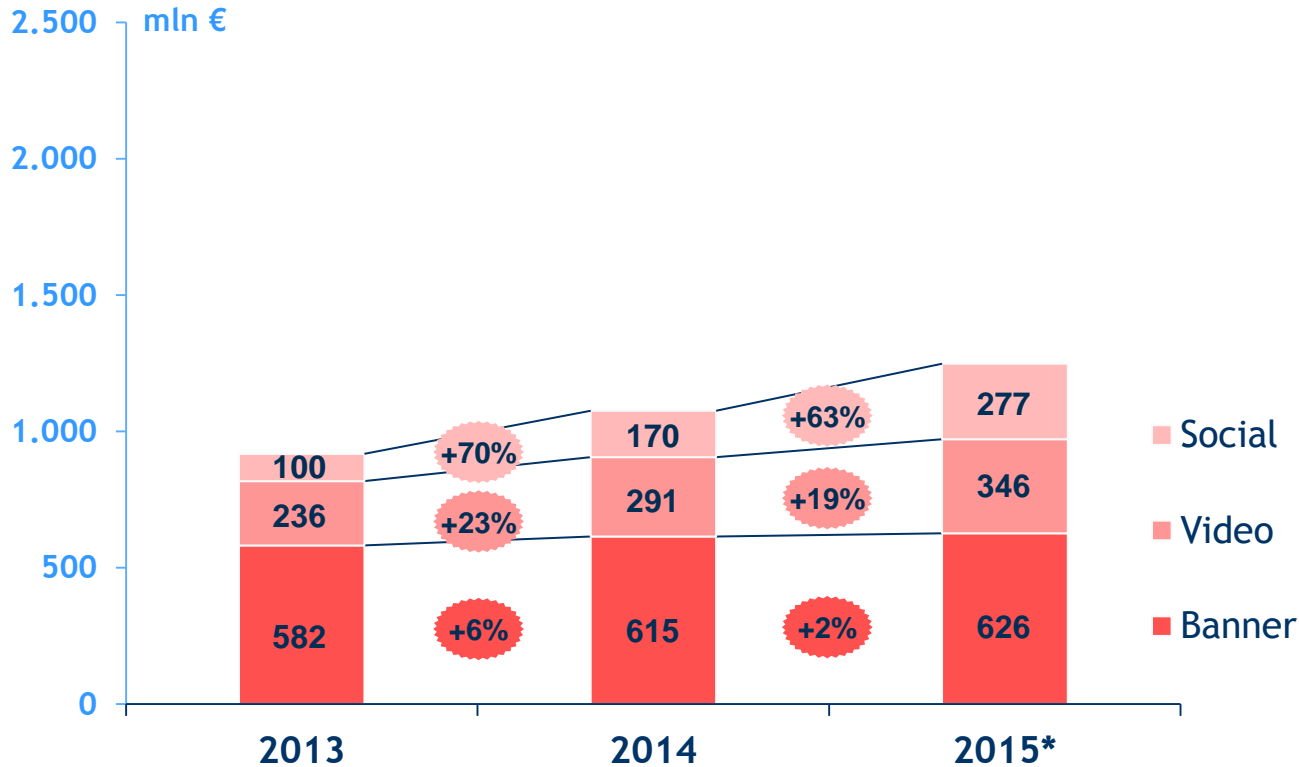


Peso % dei formati  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

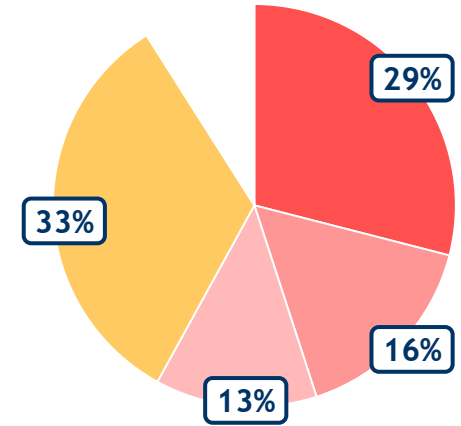
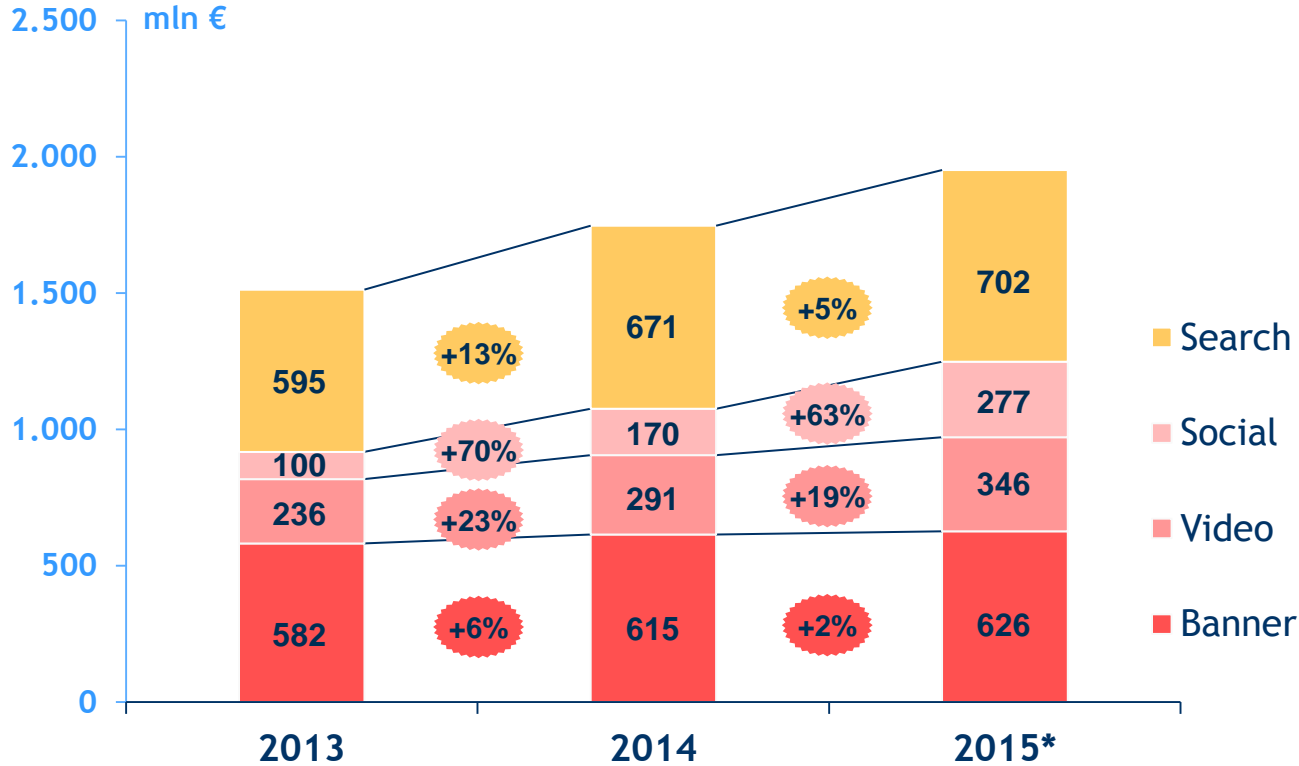


# Internet Advertising: la vista per formati



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

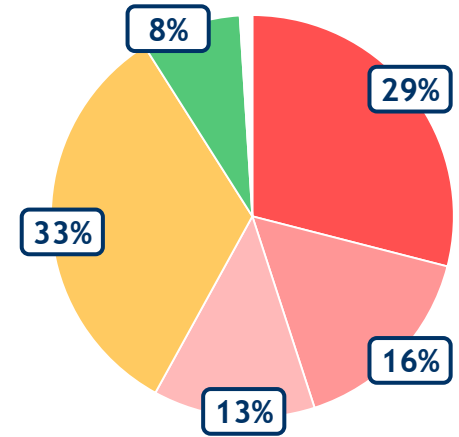
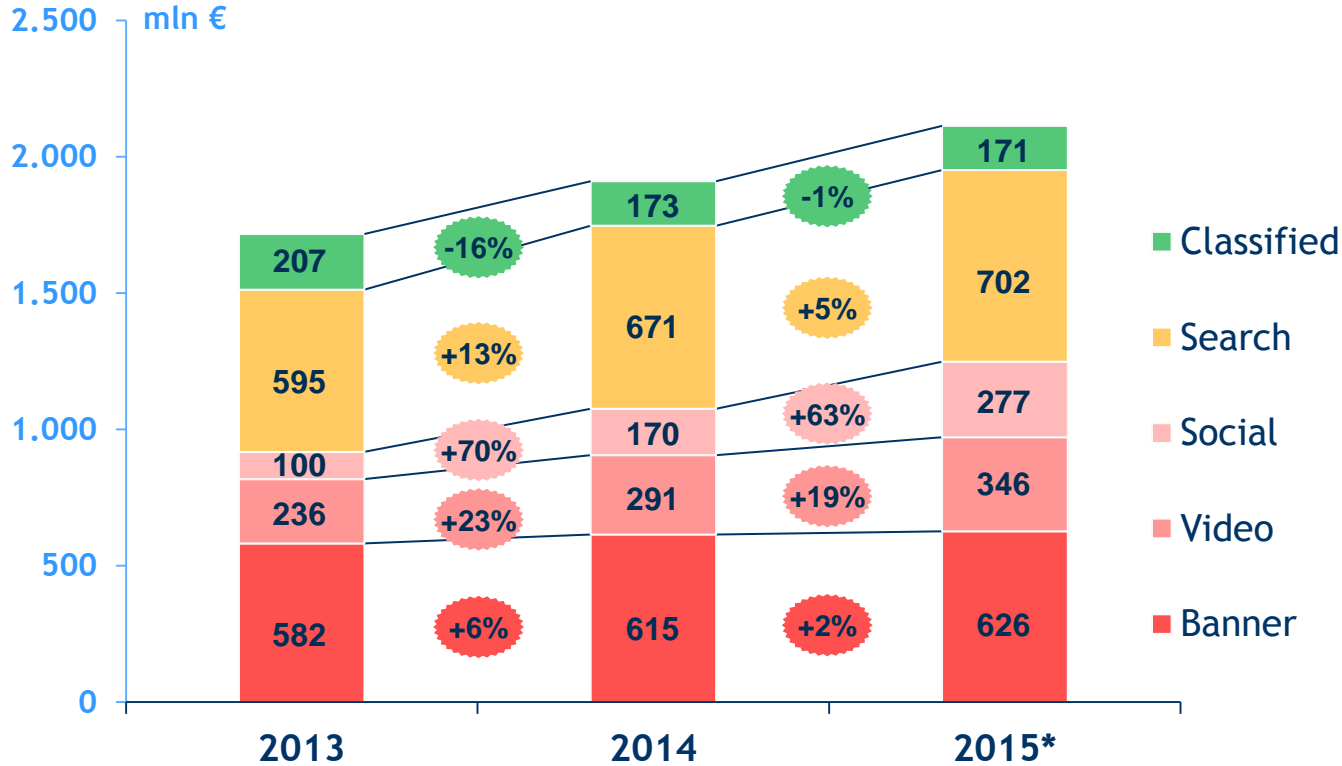
# Internet Advertising: la vista per formati



Peso % dei formati  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

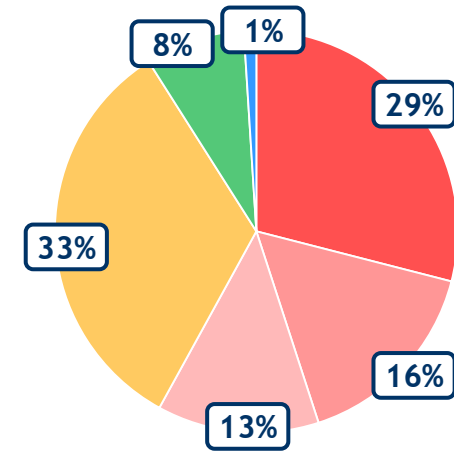
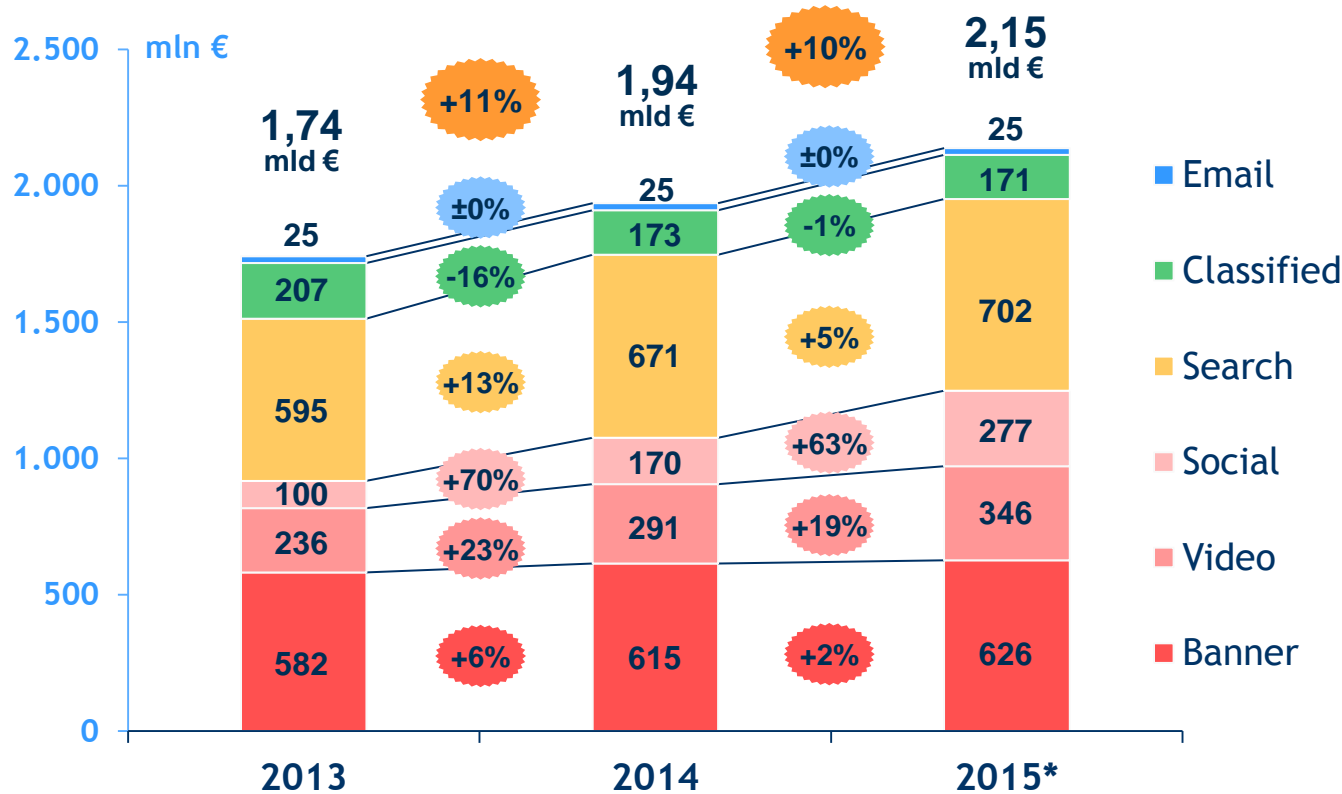
# Internet Advertising: la vista per formati



Peso % dei formati  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

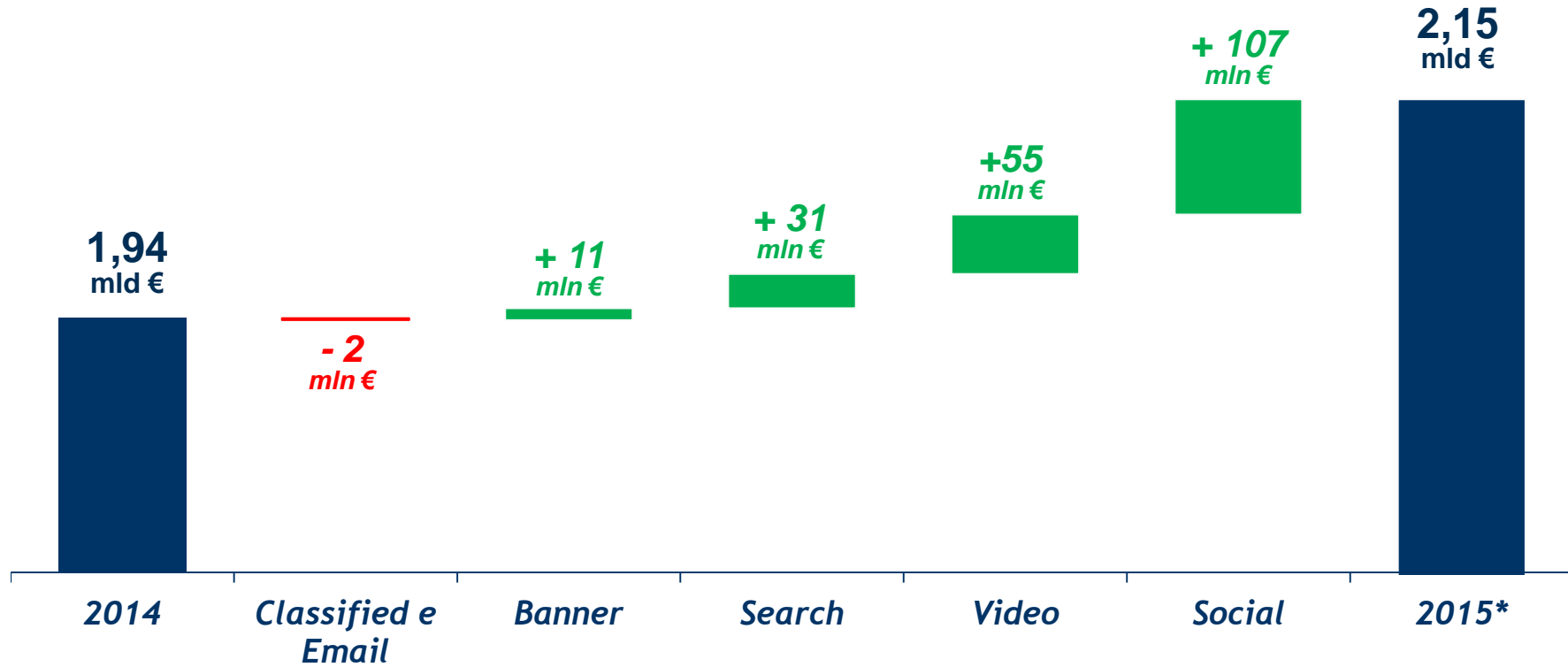
# Internet Advertising: la vista per formati



Peso % dei formati  
sul totale mercato 2015

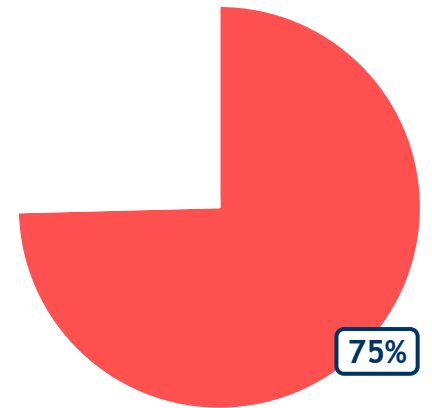
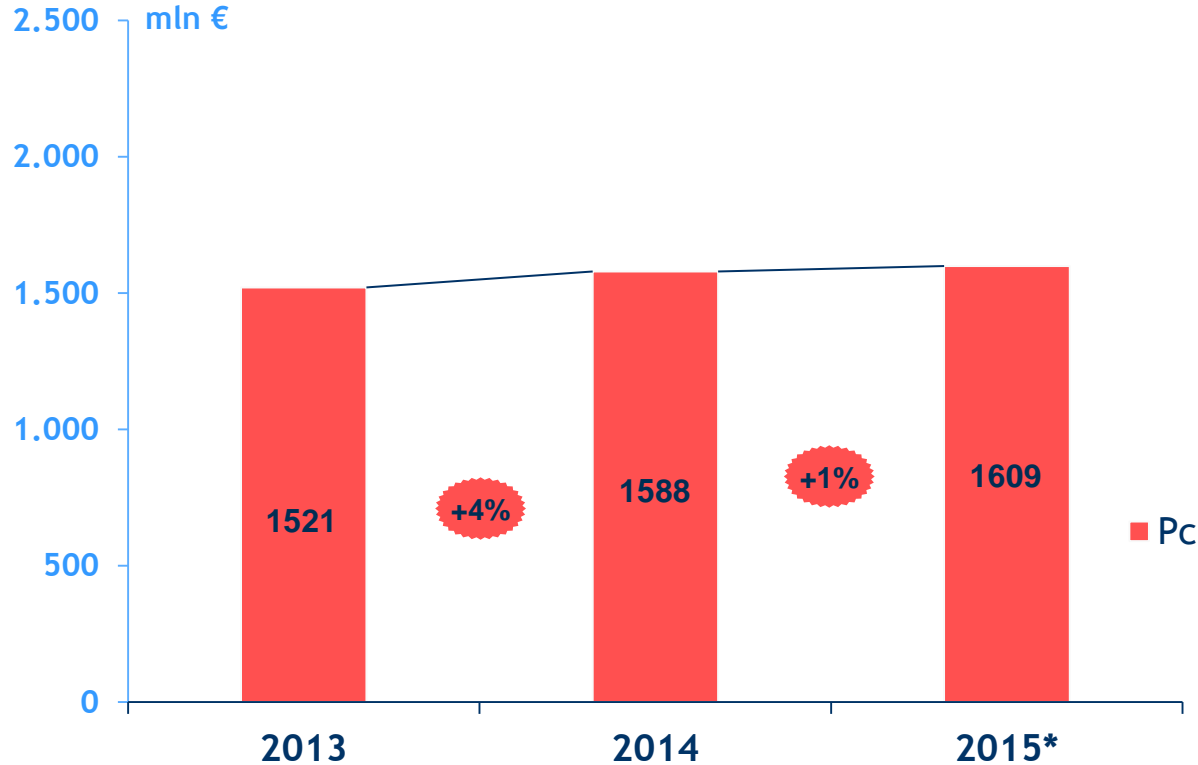
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: da quali formati proviene la crescita



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

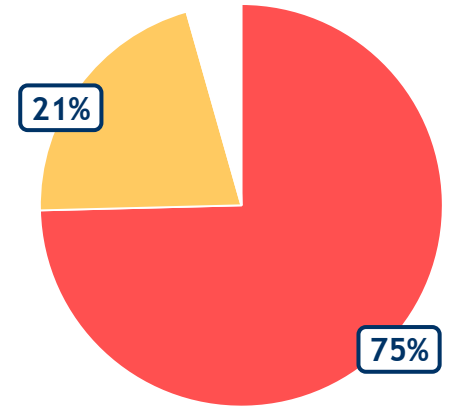
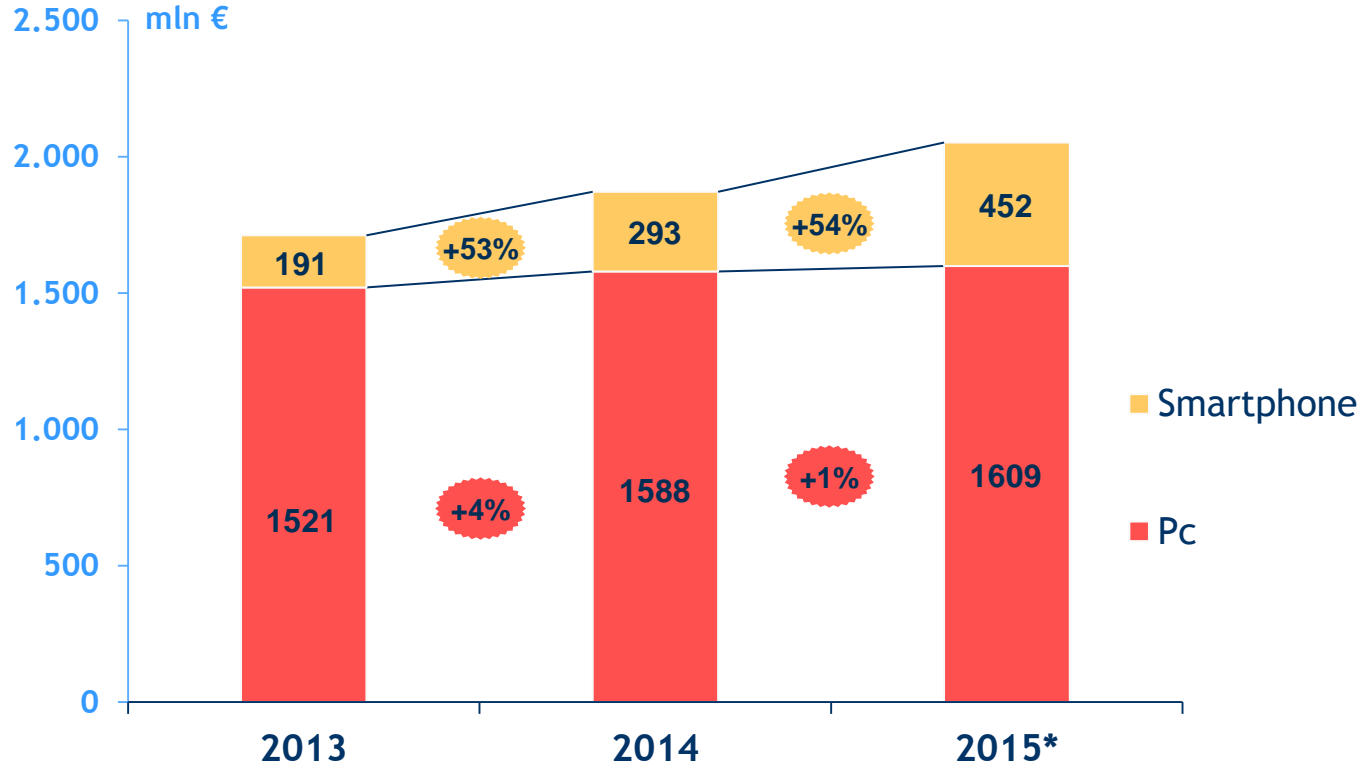
# Internet Advertising: la vista per device



Peso % dei device  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

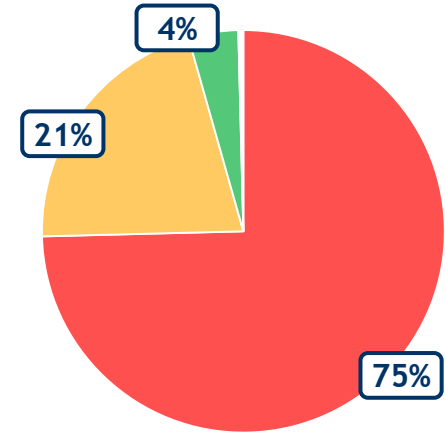
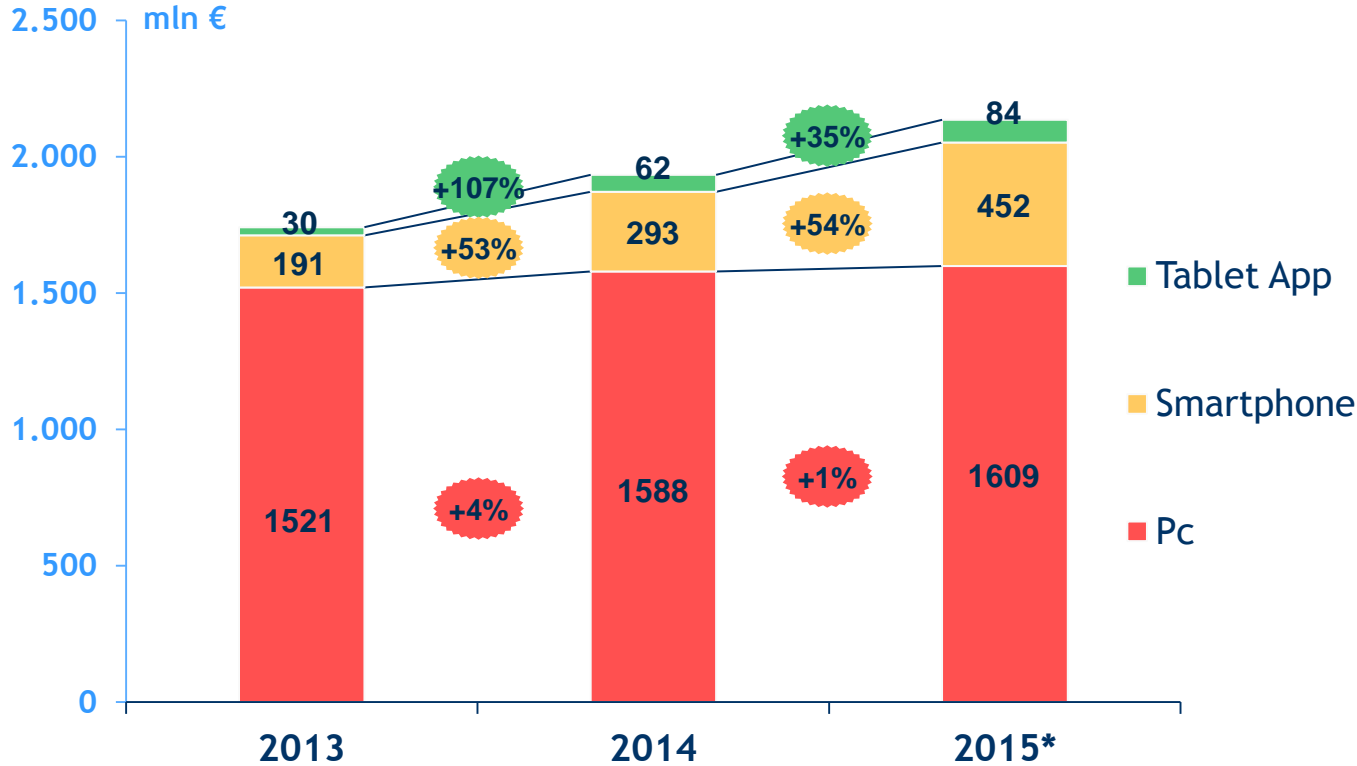
# Internet Advertising: la vista per device



Peso % dei device  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: la vista per device

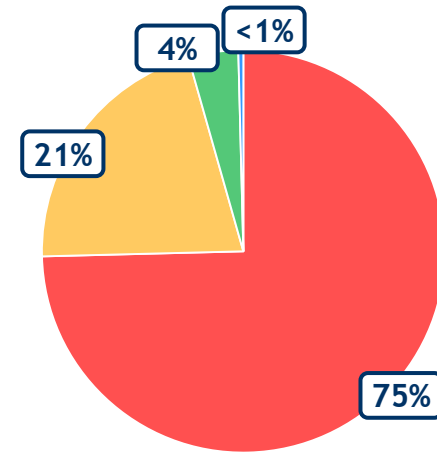
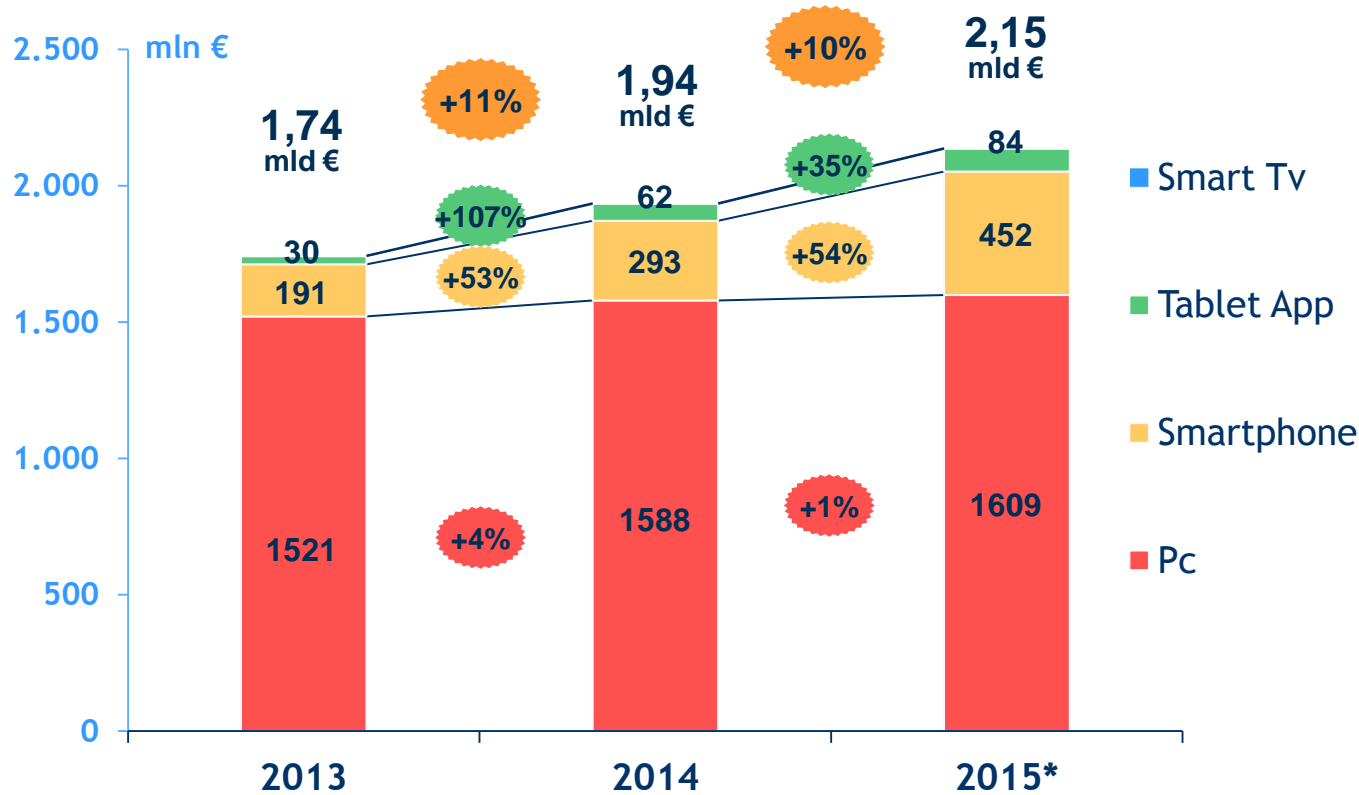


Peso % dei device  
sul totale mercato 2015

Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo



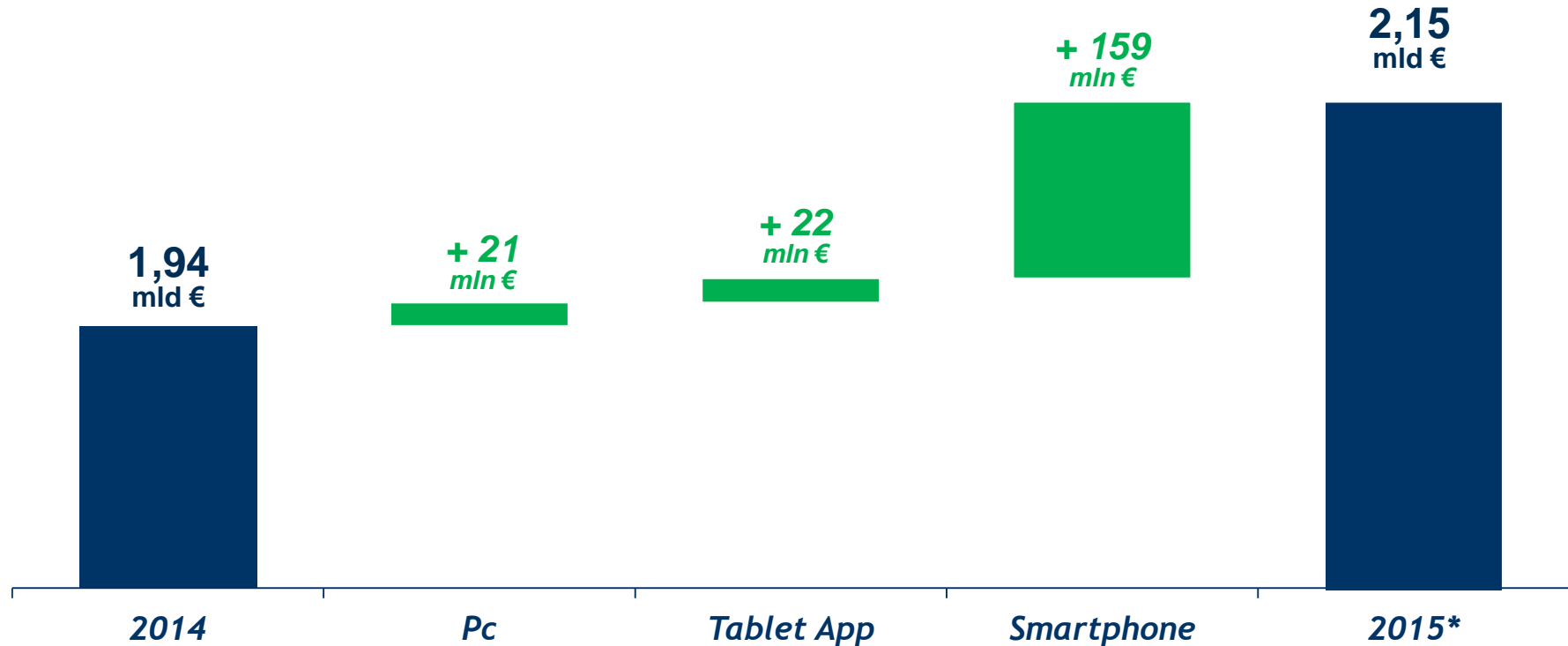
# Internet Advertising: la vista per device



Peso % dei device  
sul totale mercato 2015

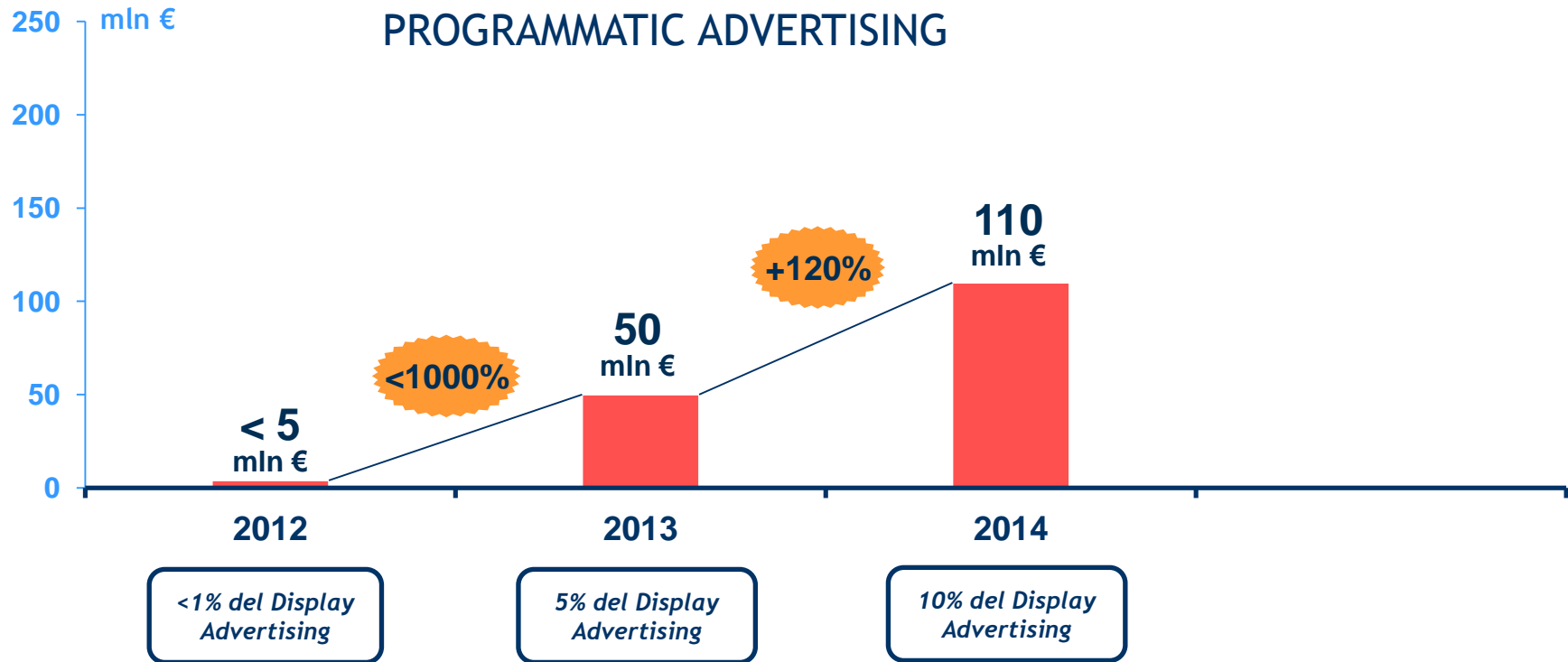
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: da quali device proviene la crescita



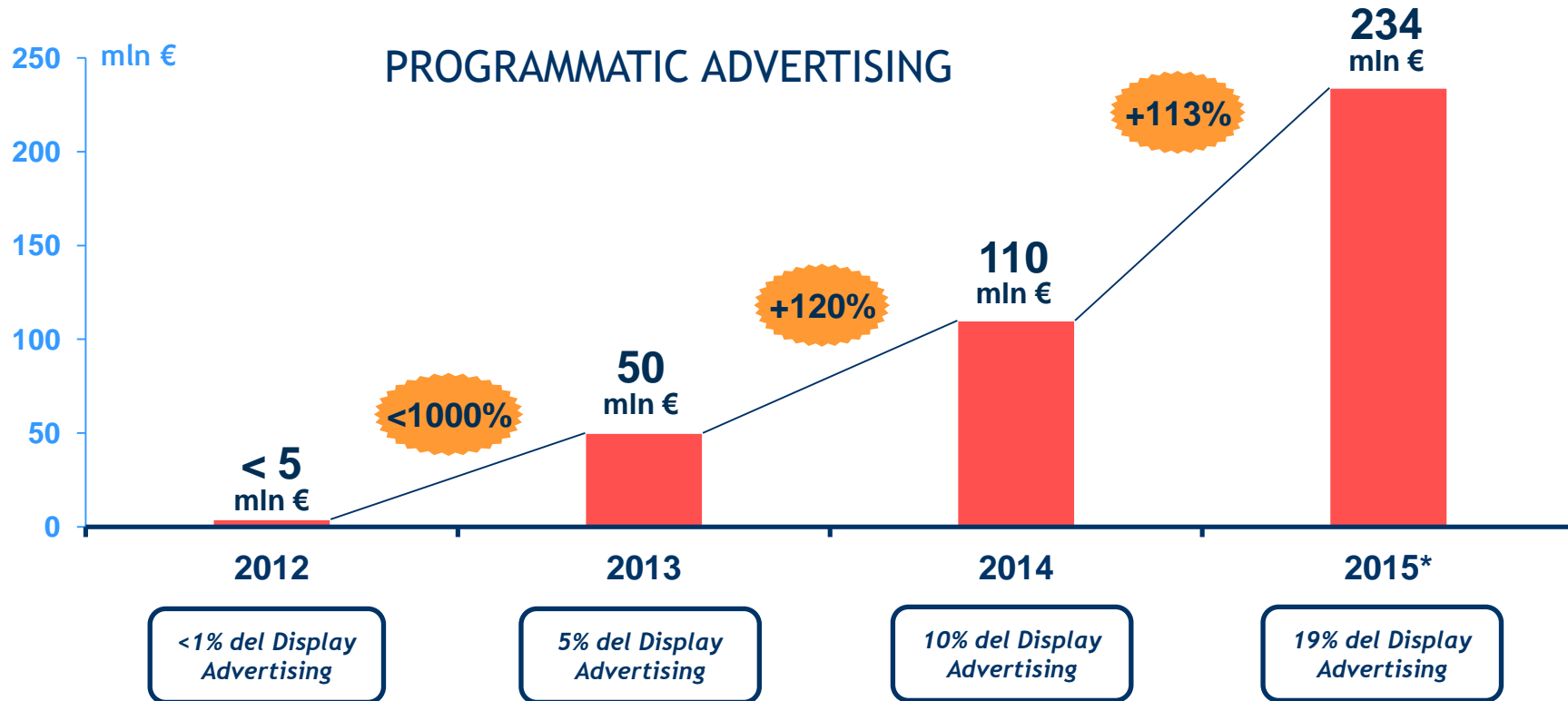
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo

# Internet Advertising: la vista per modalità di acquisto



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia

# Internet Advertising: la vista per modalità di acquisto



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano e IAB Italia - \* Dati a preconsuntivo