

VALE PIU' DI 250 MILIONI DI EURO LA PUBBLICITA' SU INTERNET IN ITALIA

- CONSIDERATO L'INSIEME DELLE DIVERSE FORME DI PUBBLICITÀ, LA SPESA DELLE IMPRESE IN INSERZIONI COMMERCIALI SU INTERNET HA RAGGIUNTO SUL MERCATO ITALIANO, NEL 2004, UN VALORE STIMABILE **TRA 253 E 276 MILIONI DI EURO**
- LA SPESA PER INSERZIONI SU INTERNET VALE ORMAI IL 5% DI QUELLA DESTINATA AL MEZZO TV
- I DATI COMPLETI SULLA COMPOSIZIONE DELLA SPESA PER INSERZIONI COMMERCIALI SU INTERNET E LE PREVISIONI PER L'ANNO IN CORSO IN **"NON SOLO BANNER"**, IL NUOVO RAPPORTO DI RICERCA REALIZZATO DA E-MEDIA INSTITUTE

In Italia nel 2004 Internet ha assorbito il 2,5% dei circa 10,5 miliardi di euro spesi complessivamente dalle imprese in inserzioni commerciali sui diversi mezzi.

Nel 2004 il valore della spesa delle imprese per pubblicità su Internet è pari a tre volte quella destinata alla sala cinematografica, a due terzi di quella destinata alla radio e poco più di un terzo di quella delle affissioni. La spesa su Internet vale ormai il 5% di quella destinata alla televisione.

La stima elaborata da e-Media Institute non si riferisce alla sola spesa per **banner** o per altre forme di **pubblicità tabellare** o di sponsorizzazione ma include altresì forme di pubblicità quali gli **annunci** delle imprese (nei diversi generi merceologici), le inserzioni in **guide, directories e motori di ricerca**, oltre ad altre forme di comunicazione commerciale basate sulla inserzione di un messaggio (o di un logo) in un prodotto editoriale.

Tra il 2003 e il 2004 il mercato ha fatto registrare una crescita media pari al 15,7%, trainato dalla buona performance delle inserzioni commerciali sulle directories di aziende e dall'esplosione delle forme pubblicitarie abbinate alla ricerca di parole chiave da parte degli utenti ("Keyword Advertising"). Queste due tipologie pubblicitarie valgono nel 2004 tra i 130,2 e i 138,7 milioni di euro, più della metà della spesa complessiva.

A fronte di un certo decremento della spesa per banner e altre forme di pubblicità tabellare (quali interstitial e pop up), nel 2004 gli annunci delle imprese (riferiti principalmente alle inserzioni di genere lavoro, automotive e immobiliare) hanno raggiunto un valore compreso tra i 30 e i 37 milioni di euro, pari al 12,5% circa del mercato complessivo.

L'espansione del mercato delle connessioni a banda larga e la nuova vitalità nel settore dell'editoria on-line sono gli elementi che hanno garantito una crescita del mercato dopo il ciclo recessivo del periodo 2001-2003 e che sembrano poterne assicurare stabilmente lo sviluppo nei prossimi anni.

Per l'anno in corso e-Media Institute stima la spesa delle imprese per inserzioni commerciali su Internet possa far registrare un incremento sull'anno precedente nell'ordine del 18%.

Spesa delle imprese in inserzioni commerciali su Internet in Italia nel 2004 e 2005 e variazione percentuale anno su anno.

	2004		2005	
	stima minima	stima massima	stima minima	stima massima
Totale spesa delle imprese per inserzioni commerciali su Internet (milioni di €)	252,8	276,0	294,5	329,7
Variazione % su anno precedente *	15,7		18	

Fonte: e-Media Institute / Nota: (*) Calcolata sul valore medio tra stima minima e stima massima.

Per ogni informazione e per altri dati sulla ricerca, contattare e-Media Institute: 02 6269 5285 / 5331 - press@e-mediainstitute.com.