



## Comunicato Stampa

### PRESENTATO ALLA STAMPA IL LAVORO DI OTTO ASSOCIAZIONI DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE.

### IL LIBRO BIANCO SULLA COMUNICAZIONE DIGITALE E' LO SFORZO CONGIUNTO PER OFFRIRE AL MERCATO CONOSCENZA E TRASPARENZA SU UN MONDO IN CRESCITA E IN CONTINUA EVOLUZIONE.

E' stato presentato alla stampa martedì 27 giugno nello spazio Officina 22 a Milano il "Libro Bianco sulla comunicazione digitale". Otto associazioni - Assocom, Fcp, Fedoweb, Fieg, Iab, Netcomm, Unicom e Upa - hanno dato vita, con uno sforzo di intesa, ad una pubblicazione che vuole essere una concreta risposta alla diffusa richiesta di certezze, chiarezza e fiducia nel mondo digitale. Un impegno fatto di comune accordo sulla comunicazione digitale che affronta molte questioni complesse.

Le otto associazioni sintetizzano un universo composito, in rappresentanza di advertiser, agenzie creative e media, concessionarie, publisher, società di ad tech e merchant, in una parola il mondo della comunicazione.

Si è prodotto un vademecum utile, una guida solida, una mappa di regole generali destinata a tutta la industry che verrà aggiornata costantemente (è previsto un tavolo permanente che semestralmente si confronti e produca nuovo materiale dove necessario) per rispondere alle evoluzioni tecnologiche e di mercato.

Il Libro Bianco tratta di sei argomenti (il settimo sulla trasparenza dell'uso dei dati personali verrà edito successivamente ed è legato alle nuove regole sulla privacy a livello europeo di futura entrata in vigore): **viewability** sia come regole (misuratori certi terzi indipendenti, report standard per facilitare la lettura dei dati) che come criteri; **trasparenza della filiera in particolare del programmatic**, in quanto più recente e complessa, che ingloba competenze media, tecnologia e gestione dati fino alla trasparenza dei flussi finanziari; **user experience** attraverso la misurazione condivisa degli ad blocker e alle motivazioni che portano a questo fenomeno, porgendo un occhio di attenzione nel rispetto verso i cittadini/utenti internet; **ad fraud e brand safety/brand policy** perché la lotta alle frodi e ai finanziamenti illeciti attraverso la pubblicità deve diventare la norma. Infine **gli investimenti pubblicitari**, per offrire una sintesi e un punto di riferimento per chi investe e per disporre di informazioni attendibili e corrette.

Il Libro Bianco è un parere autorevole, dove i fatti diventano regole in quanto sono condivisi i fini e i principi. Sono linee guida come un manuale operativo in grado di indicare strade virtuose.

Nel corso dell'incontro con la stampa i presidenti delle associazioni hanno conversato con il giornalista **Daniele Manca** sui diversi temi che il Libro Bianco ha scandagliato.

**Lorenzo Sassoli de Bianchi**, presidente di Upa, ha ricordato i cardini dell'iniziativa, lanciata un anno fa e ha riportato come questo risultato sia stato raggiunto, per la prima volta al mondo, con la condivisione dei diversi attori della filiera. La complessità del sistema richiede trasparenza e il Libro Bianco vuole essere una risposta. Il testo verrà messo a disposizione anche in lingua inglese per una divulgazione internazionale.

**Emanuele Nenna**, presidente di Assocom, ha descritto il valore della trasparenza della filiera all'interno di un processo, quello digitale, che accanto ad indubbe opportunità presenta anche crescenti complessità non solo tecnologiche; nello specifico ha inoltre evidenziato come proprio la trasparenza possa diventare un valore anche economico.

**Roberto Liscia**, presidente di Netcomm, ha ricordato come la comunicazione digitale sia un asset chiave per la costruzione di una relazione efficace tra azienda e clienti, soprattutto nel settore dell'e-commerce dove i contenuti e lo storytelling rivestono un ruolo fondamentale. Tanto più la comunicazione digitale sarà in grado di rispondere a obiettivi di trasparenza e misurabilità, quanto più i canali digitali, di comunicazione e di vendita, potranno svilupparsi.

**Carlo Nosedà**, presidente di IAB Italia, ha sottolineato come il digitale rappresenti oggi una grande opportunità di sviluppo per il nostro Paese. Tuttavia, perché il mercato e l'intero ecosistema possano crescere in modo sano e virtuoso è necessario che le istituzioni contribuiscano a creare le condizioni necessarie. Investimenti, infrastrutture all'avanguardia e una cornice normativa, concepita sì per regolamentare il settore con la massima trasparenza, ma in grado di sostenere le aziende che vi operano sono le tre principali leve che Nosedà ha indicato per una crescita organica che crei valore.

**Massimo Martellini** e **Giorgio Galantis**, presidenti di FCP e FCP-Assointernet, sono intervenuti in qualità di rappresentanti delle Concessionarie di pubblicità. Hanno rispettivamente affrontato il tema degli investimenti pubblicitari e della loro ridistribuzione su un numero sempre maggiore di mezzi, e i temi legati alla misurazione della viewability, metrica che non sempre riesce a garantire omogeneità di risultati tra le diverse società di misurazione. L'argomento è approfondito anche nell'ambito del Libro Bianco.

**Alessandro Ubertis**, presidente di Unicom, ha preso in esame il rapporto tra creatività e tecnologia. Libero sfogo alla creatività e eccessivo peso in termini di bites come si conciliano?

**Giancarlo Vergori**, presidente di Fedoweb, ha ricordato l'impegno che l'Associazione e gli editori aderenti hanno posto nella stesura del Libro Bianco al tema della brand safety e brand policy, sottolineando le garanzie che gli editori – in grado di definire e controllare i propri contenuti – possono offrire agli investitori e ai loro brand.

Ha concluso la serie di interventi **Maurizio Costa**, presidente di Fieg, che ha affrontato il tema attuale del ruolo di internet per il funzionamento della democrazia: il Libro Bianco ha incluso il tema delle fake news, il confine tra informazione corretta e informazione ingannevole e come gli editori possono contribuire a mantenere un livello di qualità al sistema.

I vari capitoli sono stati illustrati da **Alberto Vivaldelli**, coordinatore del tavolo dei lavori