

Cerca news



[registrati](#) [abbonamenti](#) [Chi Siamo](#) [Contatti](#) [MyAdv](#)



Altre nella sezione

Sezioni

[Agenda](#)
[Associazioni](#)
[Beyond CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Expo 2015](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Inchieste](#)
[TLC](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
[Pubblicità](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)

[Home](#) > [Media](#)

Assocom, Girelli intervista Sala. Terza puntata: il futuro della televisione

22/6/2016

Publitalia è convinta che la televisione avrà sempre di più un grande futuro afferma il Consigliere di Amministrazione Mediaset e AD della concessionaria. Lo dimostrano diversi fenomeni, come i crescenti investimenti sul piccolo schermo, a scapito del digitale, soprattutto negli Usa, complice l'estraneità della tv a fenomeni quali l'adblocking, il traffico robotico e la viewability. Le risorse considerevoli che su questo mezzo investono **Google, Apple, Facebook, Amazon e Netflix**, che portano sul piccolo schermo una quota tra il 35% e il 90% del loro budget pubblicitario. E ancora il fatto che in Italia, tre quarti degli investimenti dei player dell'e-commerce sono allocati proprio in tv.



La terza puntata dello speciale dedicato all'intervista a **Stefano Sala**, Consigliere di Amministrazione Mediaset e AD Publitalia '80, realizzata da **Marco Girelli**, CEO OMG e VP Assocom in occasione dell'evento *'Comunicare Domani'* di **Assocom**, tenutosi il 16

giugno a Milano, riguarda **il futuro della televisione**.

(Guarda la prima puntata su [ADVexpress](#))

(Guarda la seconda puntata su [ADVexpress](#))

Publitalia è convinta che la televisione avrà sempre di più un grande futuro afferma Sala.

Lo dimostrano diversi fenomeni. Innanzitutto il fatto che il piccolo schermo sta recuperando quote di investimenti, a scapito del digitale, anche negli Usa, grazie soprattutto alla sua estraneità a questioni riguardanti la rete quali l'adblocking (pesa il 30% negli Usa il 20% in Europa, il 10% in Italia e secondo le stime genera una perdita di revenue che potrebbe arrivare nei prossimi anni a 22 miliardi di dollari); il traffico robotico (per i mezzi digitali pesa circa il 12%) e la viewability (negli USA si attesta al 37%, in Europa tra il 40 e il 45%).

Guarda il video su [ADVexpressTV](#).

Non possono prescindere dall'investire in televisione i grandi player del digitale come **Google, Apple, Facebook, Amazon e Netflix**,

- ▶ **1/7/2016 19:00**
Rai Pubblicità: a maggio raccolta in radio a +8.7%. Gennaio - maggio a +8%. Barbarani: "grazie alla riorganizzazione della squadra di Milano, al team centri media e alle iniziative speciali"
- ▶ **1/7/2016 18:35**
Nuova governance per Publishare. A Silvestri il ruolo di AD
- ▶ **1/7/2016 18:05**
Nuova governance per Publishare. Silvestri nuovo AD
- ▶ **1/7/2016 18:05**
Real Time chiude il mese di giugno con una media dell'1.5% di share. 'Vite al limite' è il programma non sportivo più visto dai nativi digitali
- ▶ **1/7/2016 18:00**
Nasce 'RadioMediaset' capogruppo delle attività radiofoniche della company. A guidarla Paolo Salvaderi. A Mediamond la raccolta pubblicitaria
- ▶ **Altre Notizie**

Il nuovo libro di ADC



di **Daniele Ravenna**



che portano sul piccolo schermo una quota tra il 35% e il 90% del loro budget pubblicitario. I loro business, ha ricordato Sala, sono Data driven e ROI driven, orientati solo su strategie media efficienti e la scelta della tv conferma come questo mezzo sia ancora molto efficace. Da una ricerca internazionale emerge che per ogni pound investito in tv il ROI è di 1,79 pound, ovvero il ROI più alto rispetto a tutti gli altri mezzi.

Allo stesso modo, in Italia, tre quarti degli investimenti dei player dell'e-commerce, (mercato che Nielsen stima pari complessivamente a 250 mln di euro) sono allocati in tv. E ad oggi dal settore e-commerce arriva l'**8%** del fatturato della concessionaria Mediaset.

La televisione, ha infine sottolineato Sala, detiene un primato per tempo di fruizione della pubblicità da parte degli spettatori.

Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 



iab GIOVEDÌ 7 LUGLIO 2016
PERFORMANCE MARKETING
THE BEST IS YET TO COME

Cedric Chambaz Manilo Sanna



  

IAB Italia IAB Italia IAB Italy



Copyright © 2016 ADC Group Srl - Via Copernico, 38 20125 Milano - P.IVA 03670830961