



# Mobile: tra profezie e realtà

---

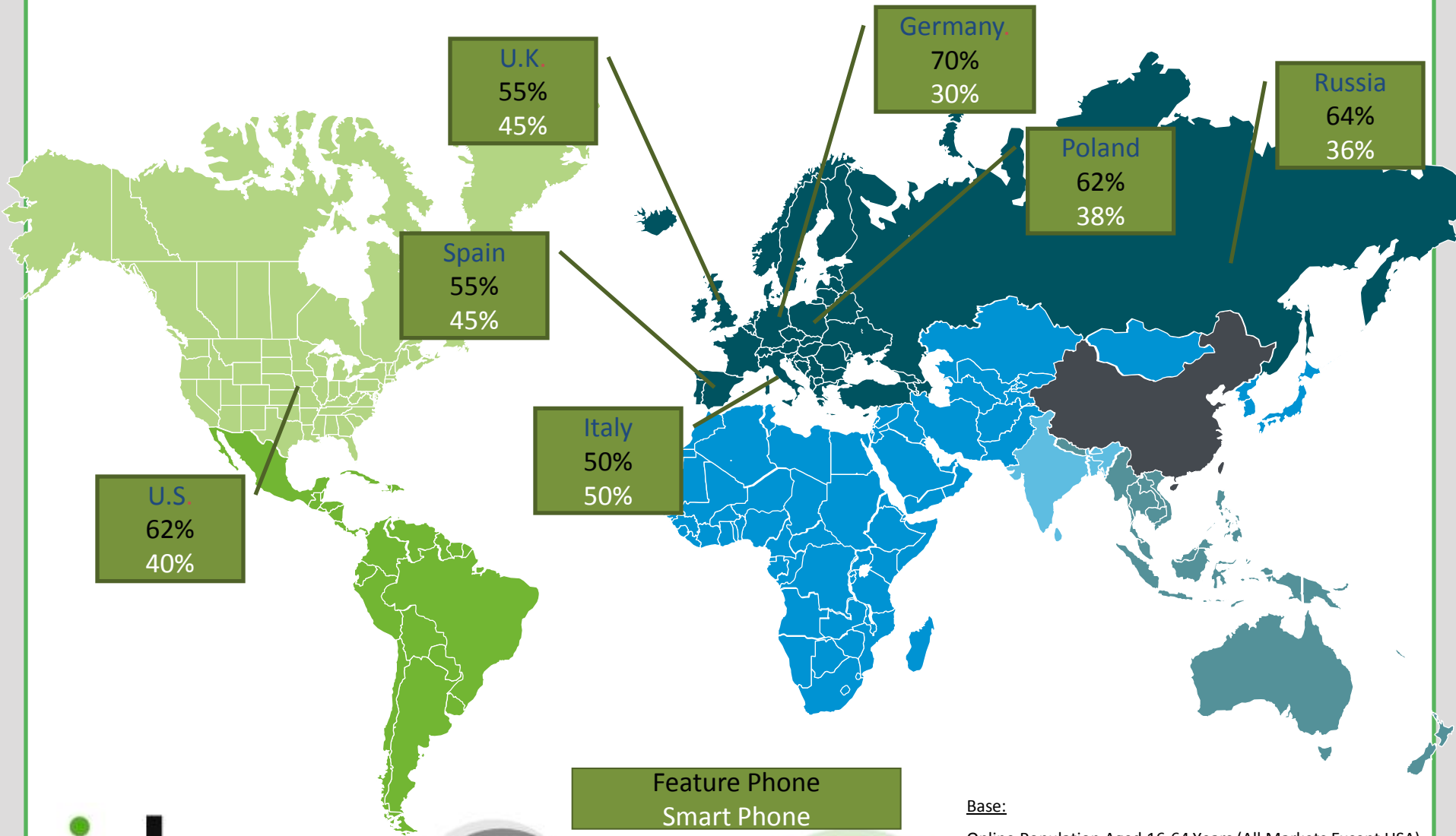
**Salvatore Ippolito**

*Presidente Vicario IAB Italia*

*Chief Sales Officer Libero*

2012

# Un mercato sempre più smart !



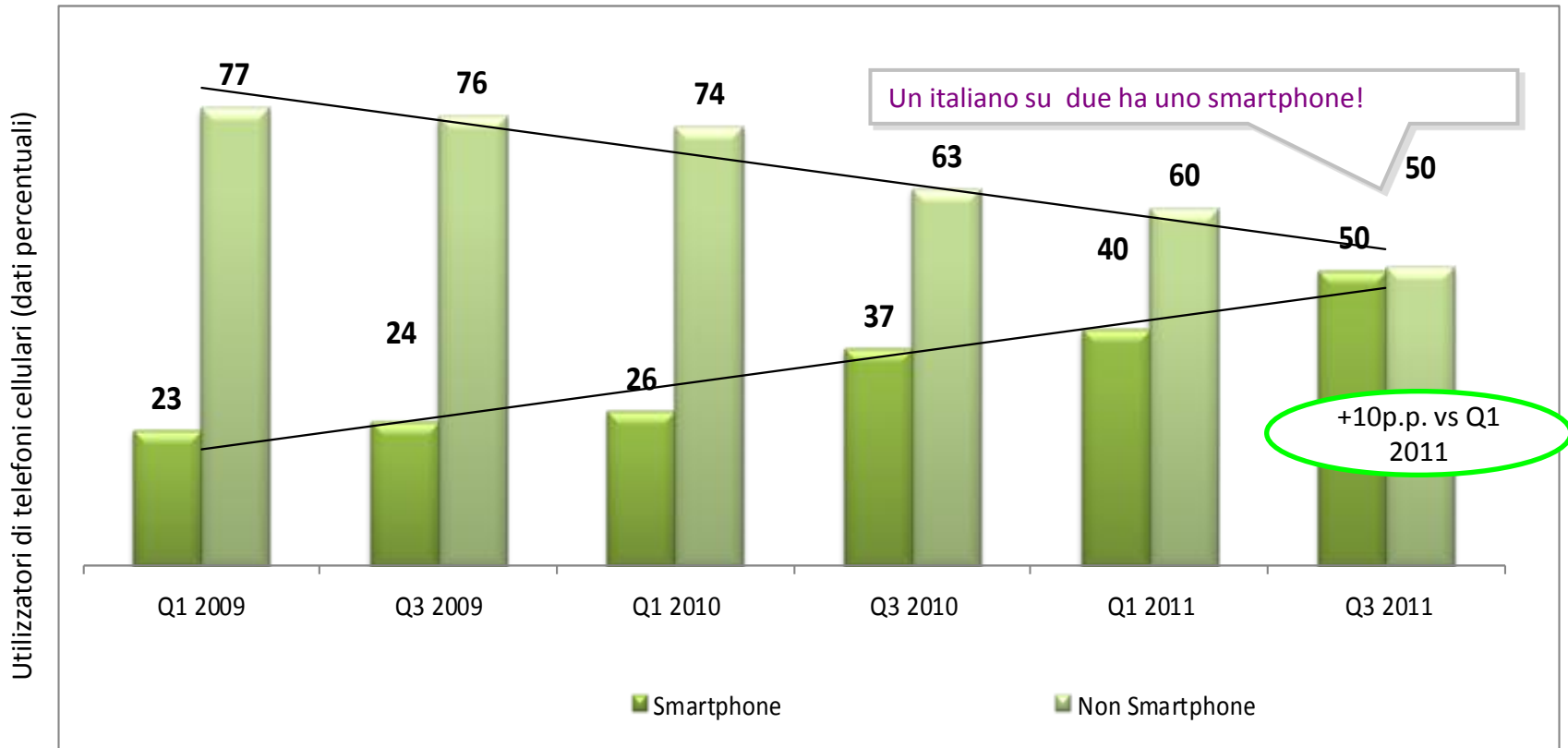
Base:

Online Population Aged 16-64 Years (All Markets Except USA)

Mobile Users Aged 13+ Years (USA)

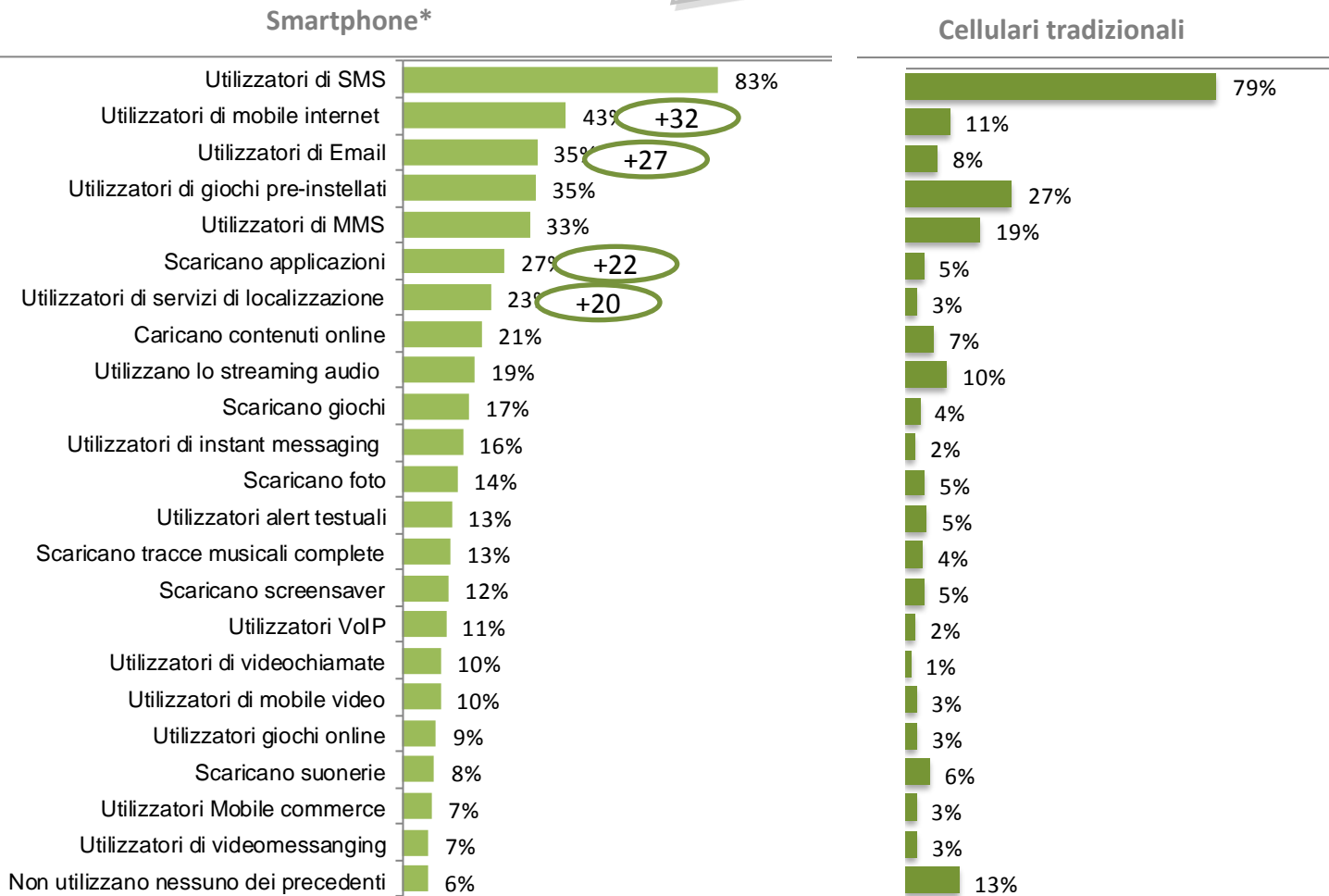
Source: Smartphone Insights Q3 2011 / Mobile Insights Q2 2011 (USA)

# Italians do it smarter...



# Mobile Media

Le attività su cui lo smartphone si differenzia maggiormente rispetto ai telefoni tradizionali sono: **Internet, Email, Applicazioni e Mappe**

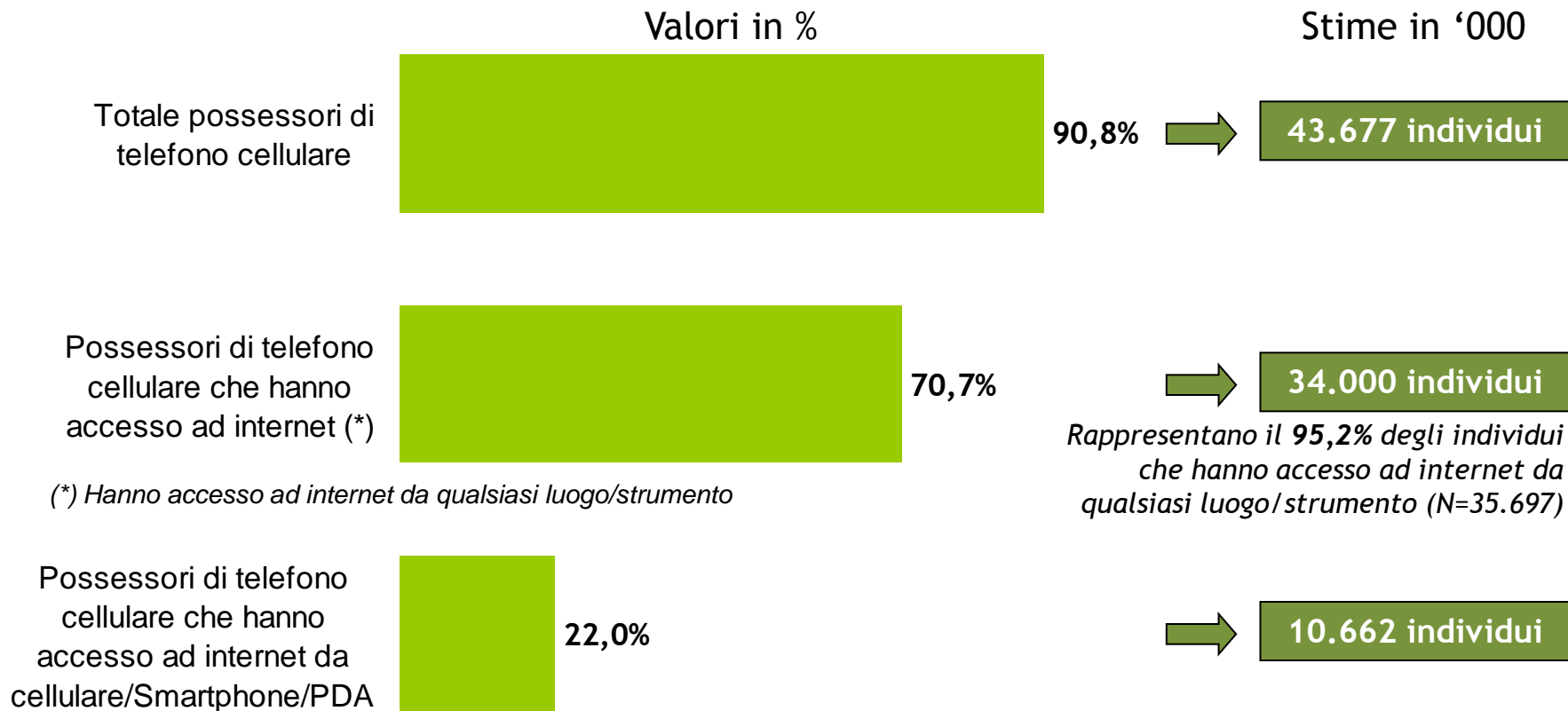


Audience totale proiettata Smartphone= 25.309.741, Telefoni tradizionali= 19.240.229

○ Var Smartphone vs cellulari tradizionali

# Mobile Internet

## Possesso di telefono cellulare e accesso ad internet

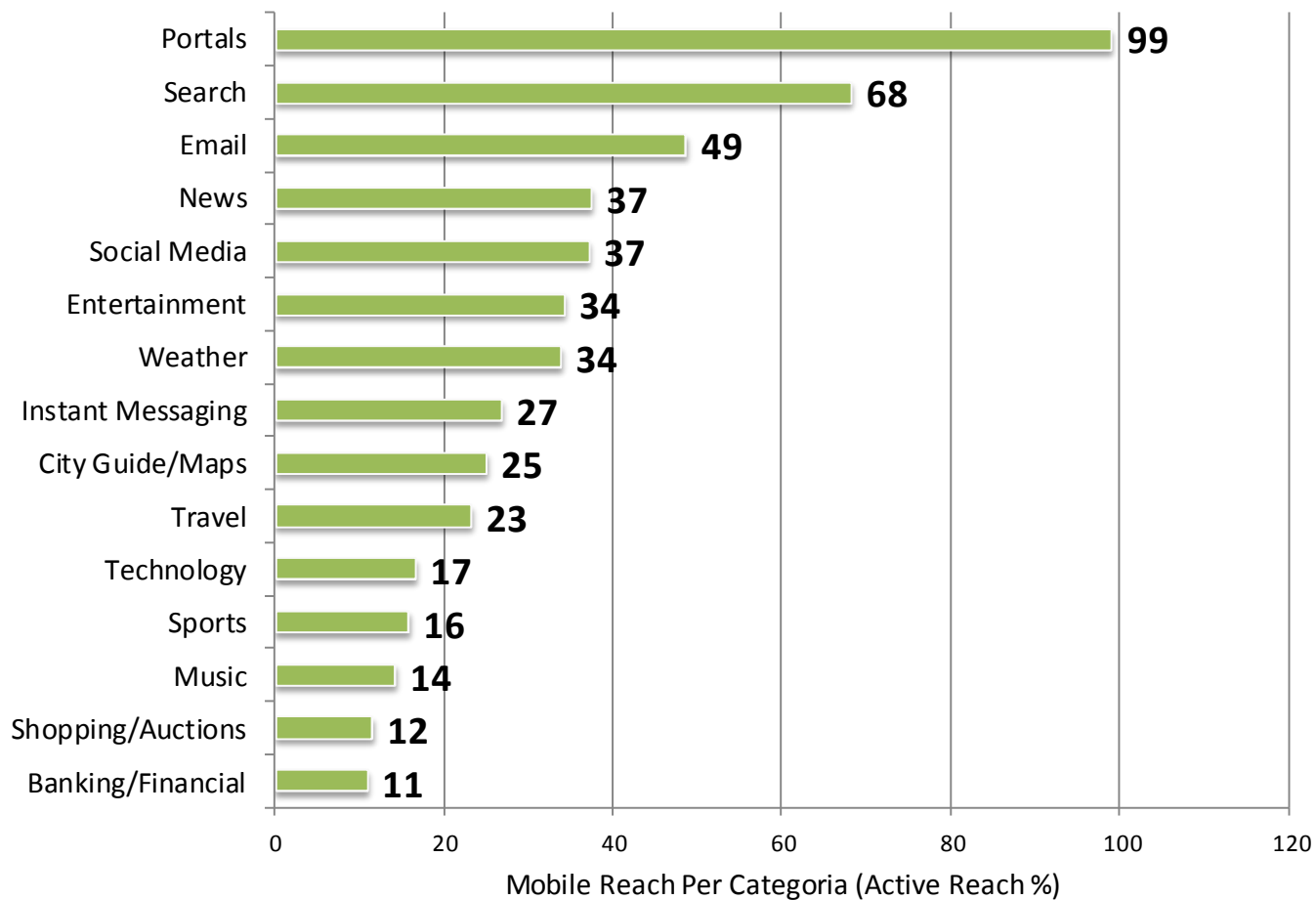


# Chi...

- Uomini (25,4%)
  - Età 11-34 (33%-38%)
  - Nord-ovest e Centro (33%-27%)
  - Centri oltre 100.000 abitanti (27%)
  - condizione lavorativa (>50%)
- Occupato (28%)
  - Laureato (43%)
  - Condizione professionale/non professionale
  - Studente (>40%)
  - Quadri-dirigenti elevata

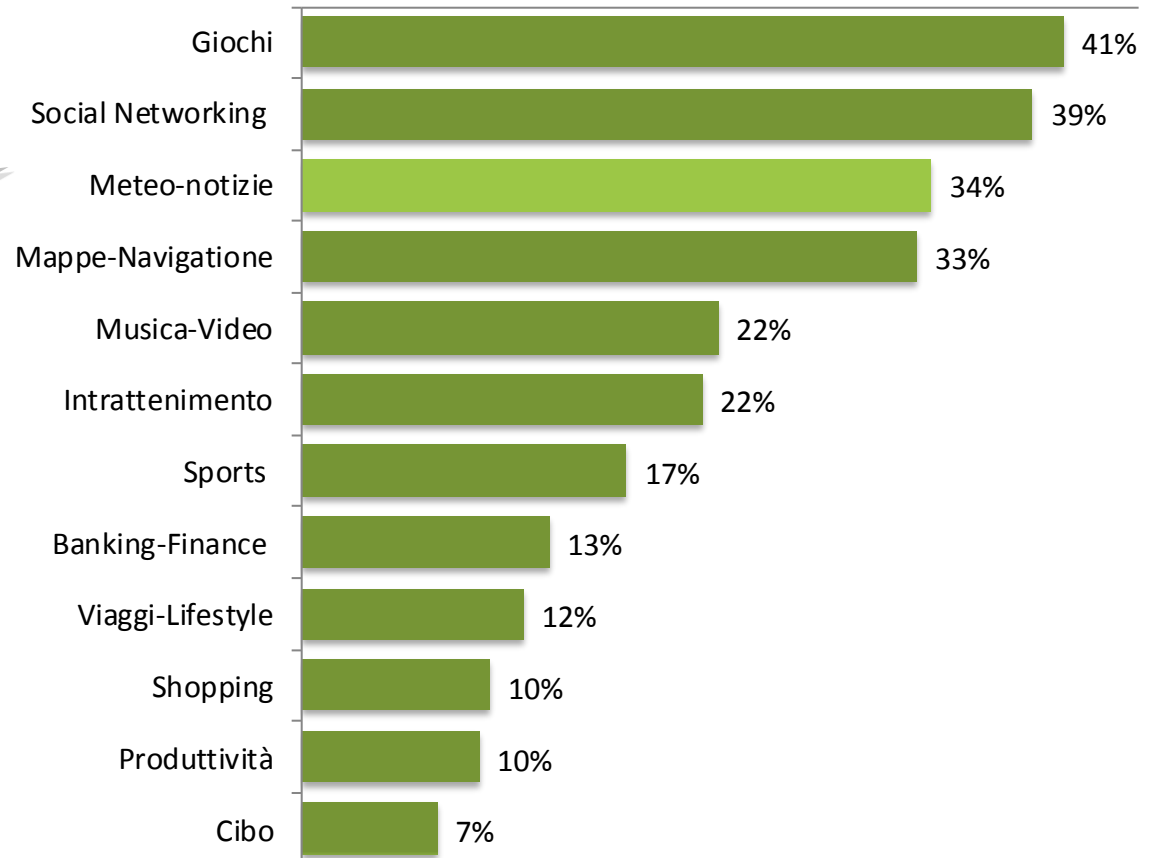


# Navigare... dove ?

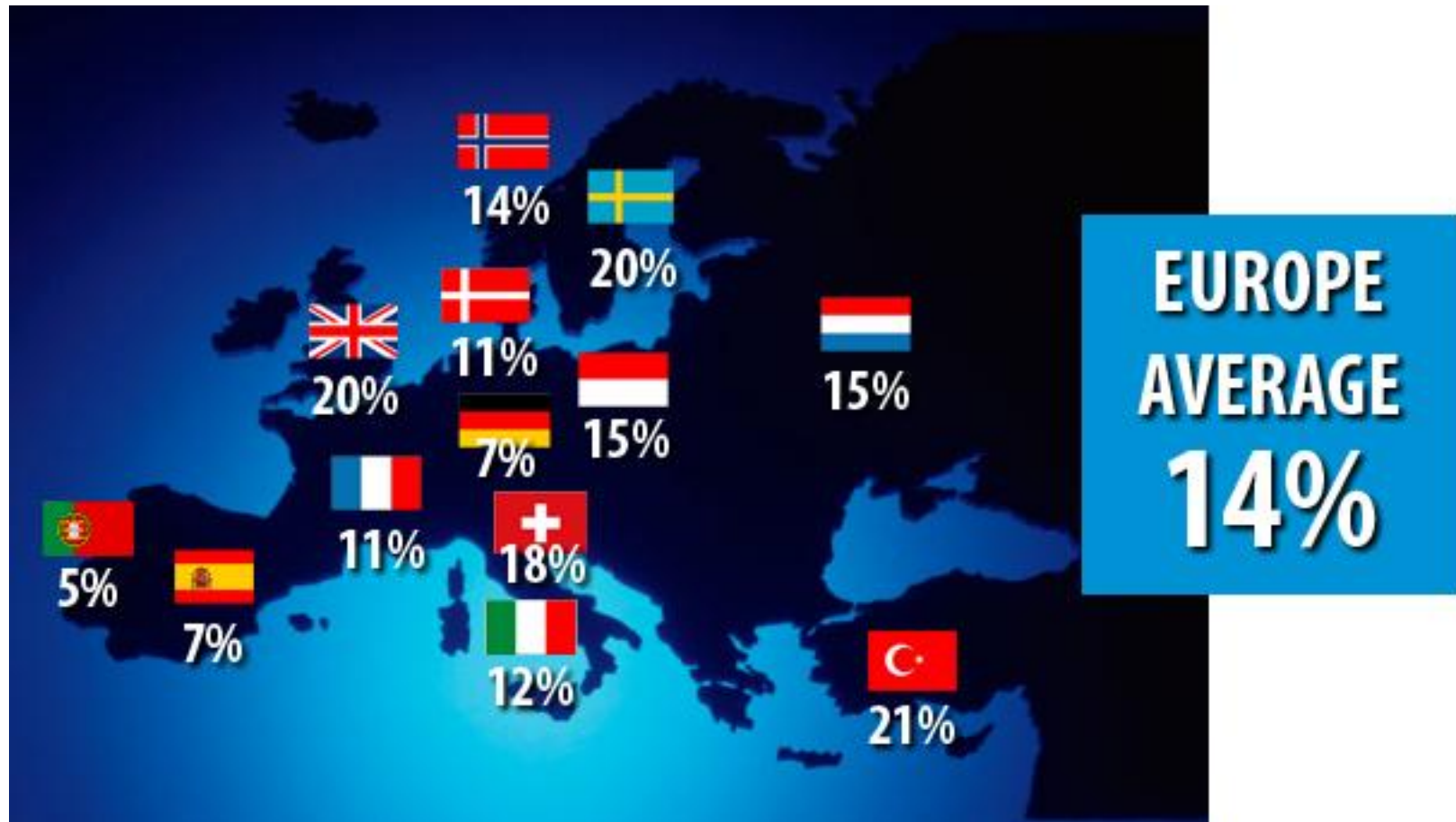


# I Downlovers: quali applicazioni

Giochi, Social Network e Meteo sono i contenuti più scaricati dagli utenti.



# Uso settimanale di Mobile Internet in EU



# Consumo di ore/settimana per i Mobile Internet Users

Placing	Country	Hours spent on mobile internet each week
<b>1</b>	<b>Poland</b>	<b>10.3</b>
<b>2</b>	<b>Italy</b>	<b>7.9</b>
<b>3</b>	<b>Belgium</b>	<b>7.7</b>
<b>4</b>	<b>Portugal</b>	<b>7.7</b>
<b>5</b>	<b>Russia</b>	<b>7.1</b>

# Money follow USERS

## Comparative Estimates: US Mobile Ad Spending, 2009-2014

millions

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Borrell Associates, April 2010	\$1,700	\$6,100	\$10,600	\$16,600	\$24,200	\$33,900
J.P. Morgan, Jan 2010	\$2,616	\$3,790	\$5,099	\$6,303	-	-
IDC, Dec 2010	-	\$877	\$1,900	-	-	-
Credit Suisse, July 2010	\$348	\$785	\$1,615	\$3,072	\$4,548	\$6,213
Smaato, Nov 2010	-	-	\$1,240	-	-	-
BIA/Kelsey, Dec 2010	\$491	\$790	\$1,186	\$1,591	\$2,136	\$2,946
<b>eMarketer, Sep 2010</b>	<b>\$416</b>	<b>\$743</b>	<b>\$1,102</b>	<b>\$1,501</b>	<b>\$2,037</b>	<b>\$2,550</b>
ZenithOptimedia, July 2010	\$391	\$561	\$802	\$1,147	-	-
Yankee Group, April 2010	\$184	\$242	\$324	\$432	\$572	\$748
PwC, June 2010	\$570	\$803	-	-		
SNL Kagan, Sep 2010	-	\$480	-	-		

Source: eMarketer, Sep 2010; various, as noted, 2010

123730

www.eMarketer.com



## IAB Internet Ad Revenue Report (Released April 2011)

US Mobile Ad Revenue estimated at \$550-\$650M for 2010

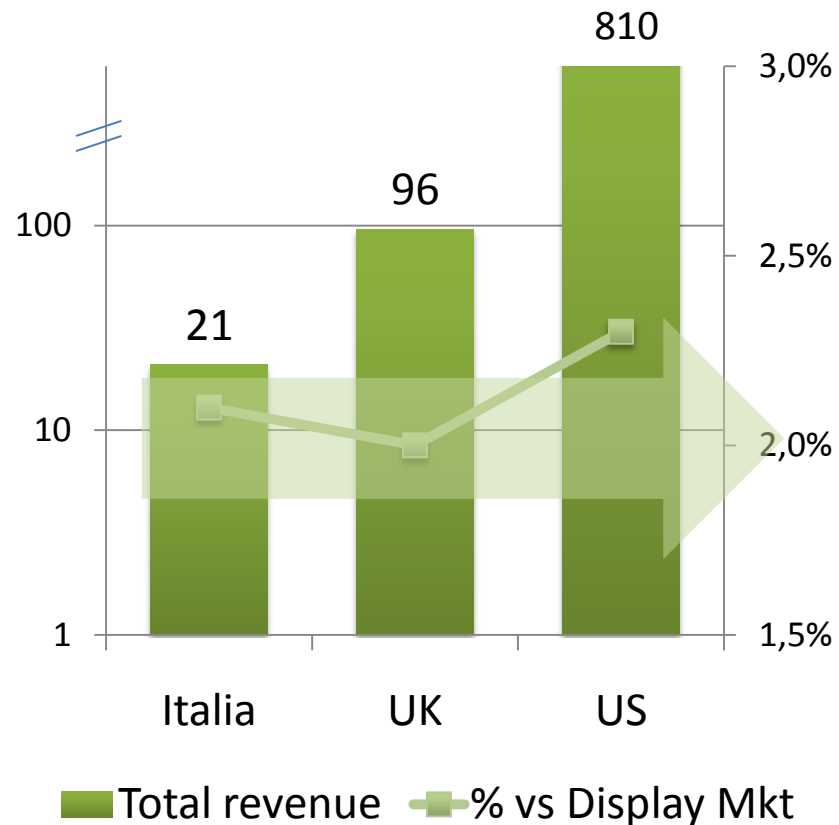
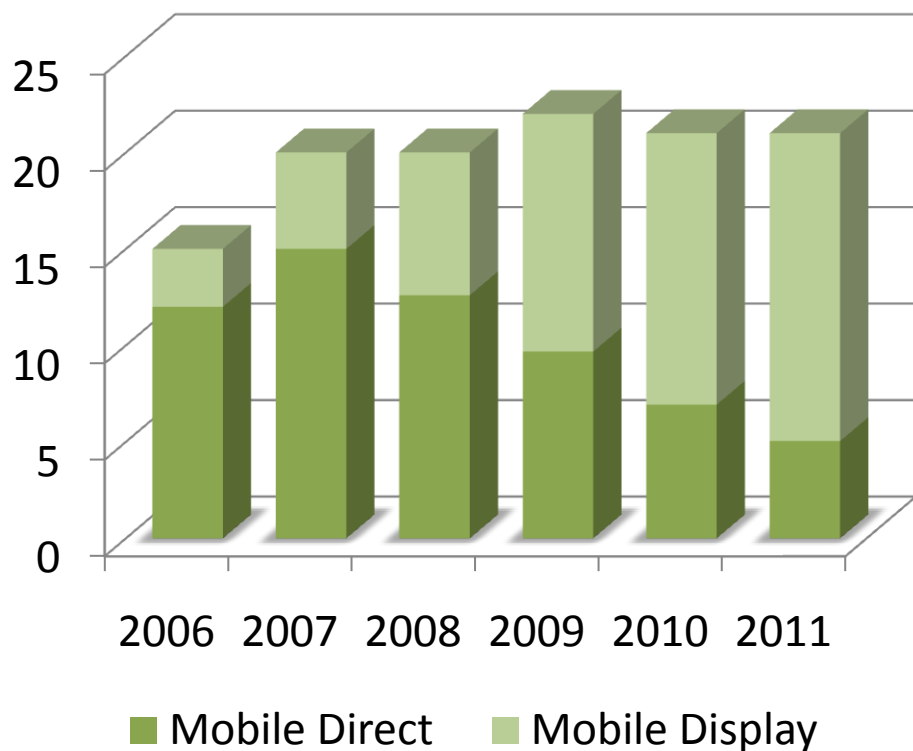
So Mobile is about 2%-2.5% of interactive

Proiezioni di crescita per il 2012 nell'ordine del 50% e oltre

Sources: eMarketer, "Mobile Advertising Spending to Reach \$743 Million in 2010," Press Release, Oct. 18, 2010; IAB Internet Advertising Revenue Report-2010, released Apr.2011.

# Un mercato da 21 mio di euro (su base dichiarazione)

Valori in Mio Euro



# Tablet



## Chi accede a internet da Tablet?

**872.000**

**gli INDIVIDUI che accedono  
a internet da TABLET**

**il 2,4% di coloro che accedono a internet  
da qualsiasi luogo e strumento\***

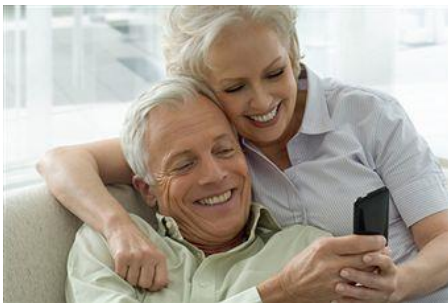
**443.000 le FAMIGLIE che POSSIEDONO almeno un tablet  
il 2,1% delle famiglie considerate dalla ricerca**



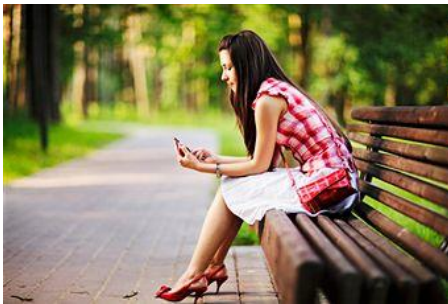
# Tablet: condivisione e luogo di accesso più PC che Telefono?



**Un device condiviso:** più della metà dei possessori lo condividono con gli altri membri della famiglia



**Utilizzo prevalente da casa:** tra coloro che dichiarano di utilizzarlo più volte al giorno, il 59% lo fa da casa, il 28% dal lavoro e il 20% all'aperto



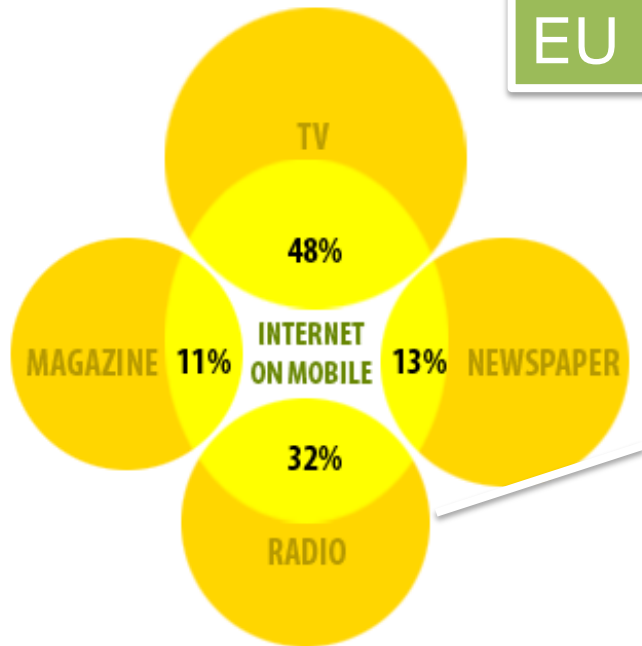
**Motivi per utilizzare il tablet al posto del PC:** la facilità d'uso/di navigazione è la ragione principale per il 49% dei rispondenti, molto dopo vengono la facilità di trasporto, 16% e la velocità di utilizzo 12%

# Media meshing



# Mobile: il media for mesh

EU



Mobile Internet si coniuga con almeno un'altra attività nel 70% dei casi

Any Media:  
70%

## Media mesh with mobile internet

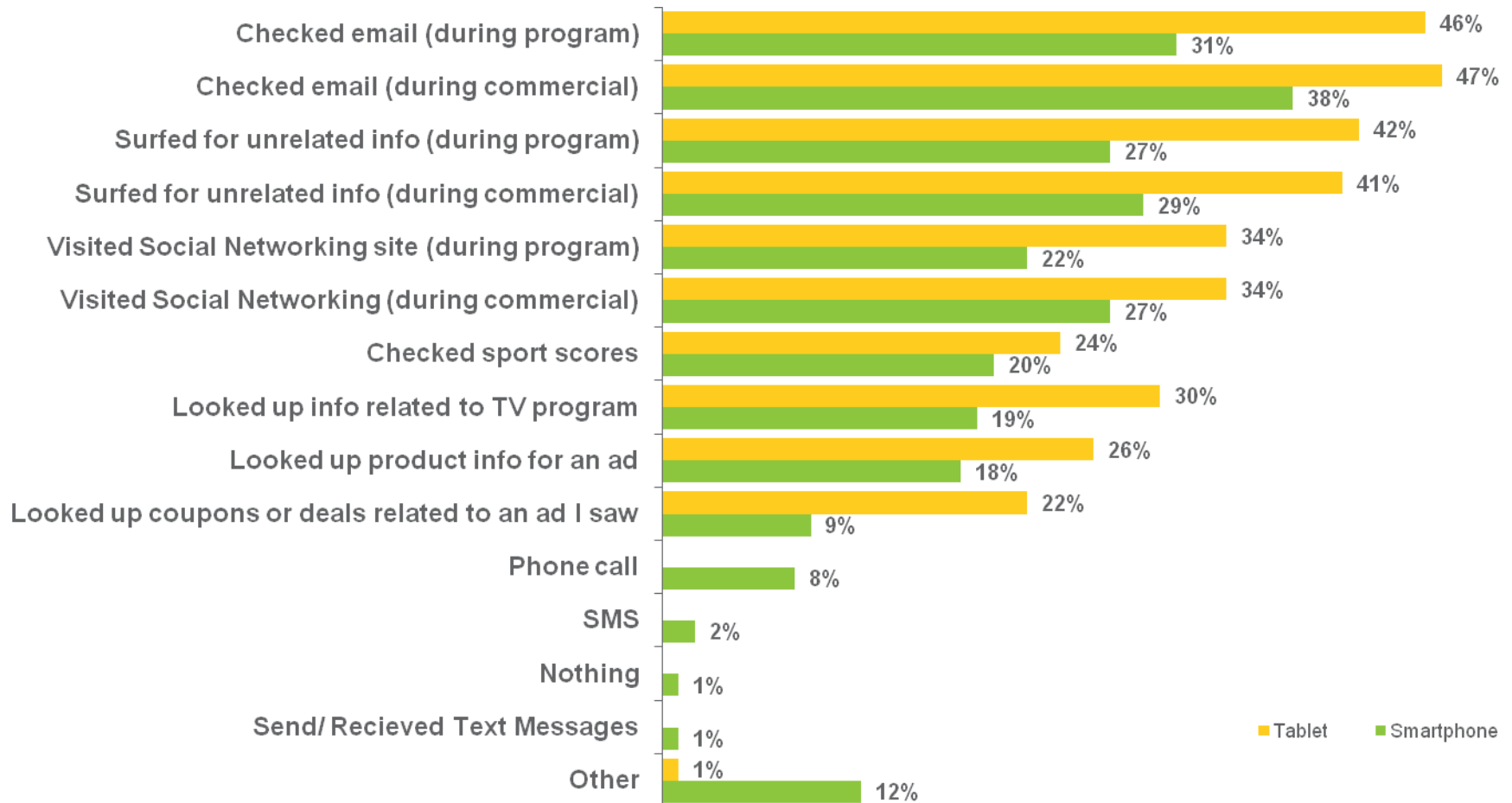
When you're mainly using the internet on your mobile phone, which other media do you sometimes use?

Italia



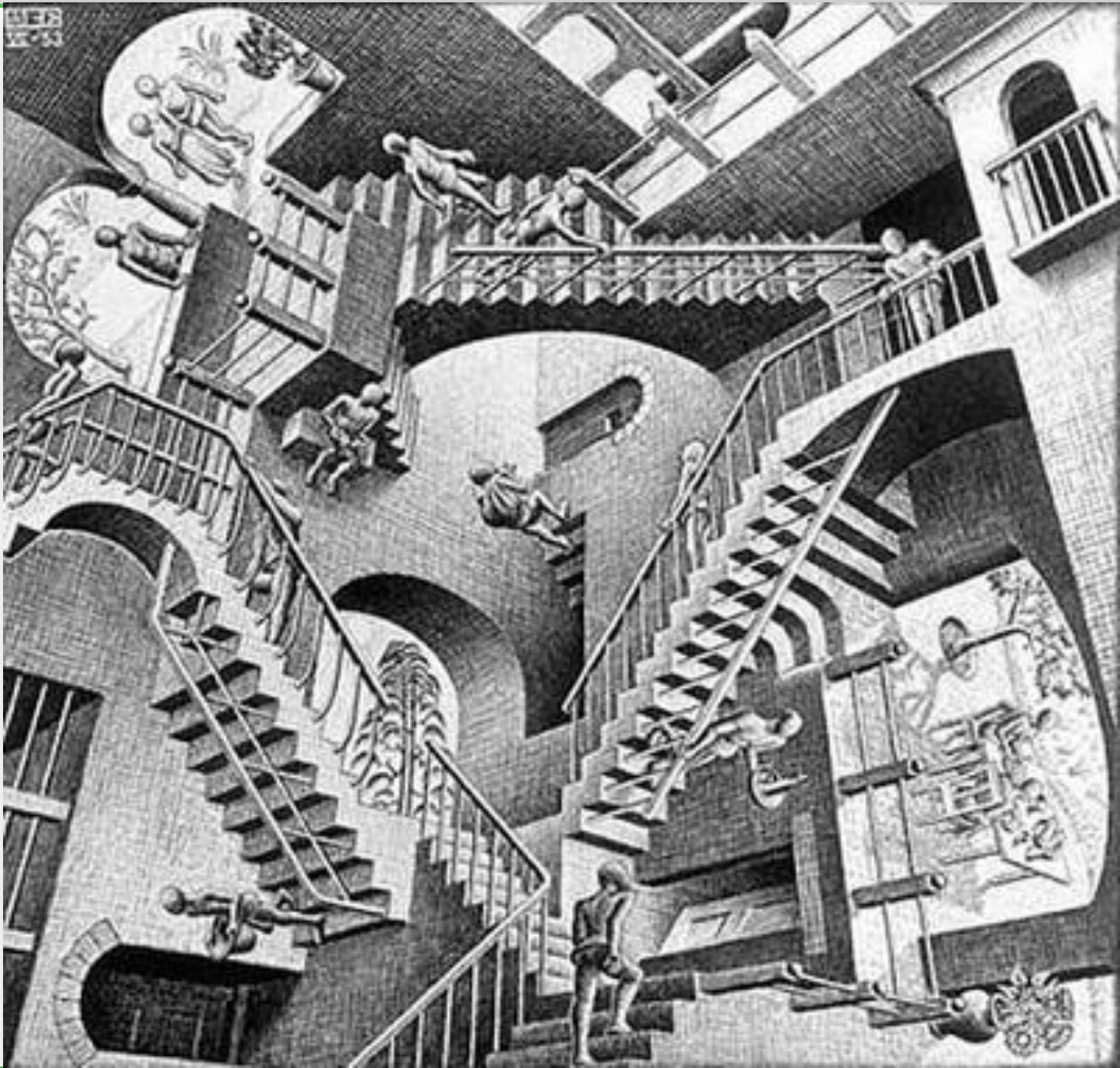
# Tablets ? More...

## Tablet or Smartphone Activities while Watching TV



Q62a: What types of activities have you used your Tablet or Smartphone for while Watching TV?

# Unlock



# Unlock the opportunities

Principale barriera all'utilizzo del mobile è costituita dalle competenze

**28%**

13% X costi , misurazione, standards

Necessità di colmare competenze sul mobile nelle organizzazioni

**61%**

*molto + abbastanza*

Consenso sulla strategicità e sulla potenzialità di sviluppo futuro del mobile ...

**86%**

*molto + abbastanza*

Solo l' **8,6%** no

Principali benefici attesi?

- Promozioni 23%
- CRM/servizi/Loyalty 31%
- Vendita/DM 16%
- Branding 16%

**50%**

*Incremento spending >15%*

# Barriere 4 mobile

**#1 Fundamentals (metriche, formati etc.)**

**#2 Competenze,competenze,competenze**

**#3 Casistiche, analisi ROI, benchmark**

# Potenzialità 4 mobile

**#1** Alta importanza strategica delle componenti

**#2** Investimenti in crescita con ottimismo ma ancora limitati quantitativamente

**#3** Articolazione degli strumenti su tutto il range delle attività di mktg e comunicazione