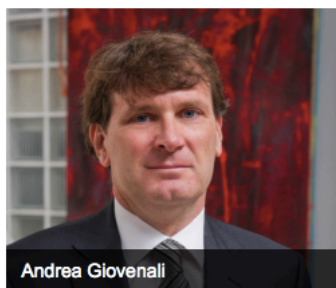




Nextplora: in Italia il 33% dell'adv digitale è visibile per più di 5 secondi



2 15



Andrea Giovenali

Il Rapporto sulla Viewability e l'efficacia a target delle campagne digital evidenzia come si sia ridotta la dispersione della pubblicità online sul target adulto

di Caterina Varpi
25 febbraio 2016

Quella della **viewability**, intesa come l'**opportunità di una campagna di essere vista**, è una questione attuale, soprattutto in Italia dove le percentuali sono ancora inferiori a quelle degli altri Paesi europei: la media dei secondi trascorsi su una pagina in cui è presente una campagna a schermo attivo dell'utente – la foreground viewability, viewability "in primo piano" – è di 28 secondi contro i 40 delle altre nazioni. A fornire i dati è il nuovo **Rapporto sulla Viewability e l'efficacia a target delle campagne digital** diffuso da Nextplora – Istituto specializzato in metodologie di ricerca digital ed avanzate – associato a IAB e Assirm.

La società che distribuisce in Italia le soluzioni di monitoraggio di **DMA Institute** ha analizzato sul territorio nazionale la Viewability su più di 2,5 miliardi di impression nel corso del 2015.

Nel nostro paese **il 48% della pubblicità digitale è visibile per più 1 secondo e il 33% supera la soglia dei 5 secondi**. Il Report mostra come nell'ultimo anno, rispetto ai periodi precedenti, si sia **ridotta la dispersione della pubblicità online sul target adulto (25-64 anni)**: dal dato medio del 26,6% risalente al biennio 2011-2013 si è passati ad un valore del 26,2% nel 2014, per poi raggiungere il 23,2% nel 2015.

«Negli ultimi anni abbiamo assistito e contribuito, tramite lo sviluppo di nuovi strumenti di valutazione, ad un netto miglioramento dell'efficacia in-target delle campagne online – commenta **Andrea Giovenali**, ceo di Nextplora. – Quello che ci troviamo ad affrontare adesso è un percorso lungo e sfidante, che punta prima di tutto alla qualità del monitoraggio in termini di servizio, attendibilità ed oggettività delle rilevazioni».

In Italia la durata media di visibilità in primo piano equivale al 25% del tempo medio delle campagne pari a 110 secondi, a fronte di un rapporto ideale del 50%.