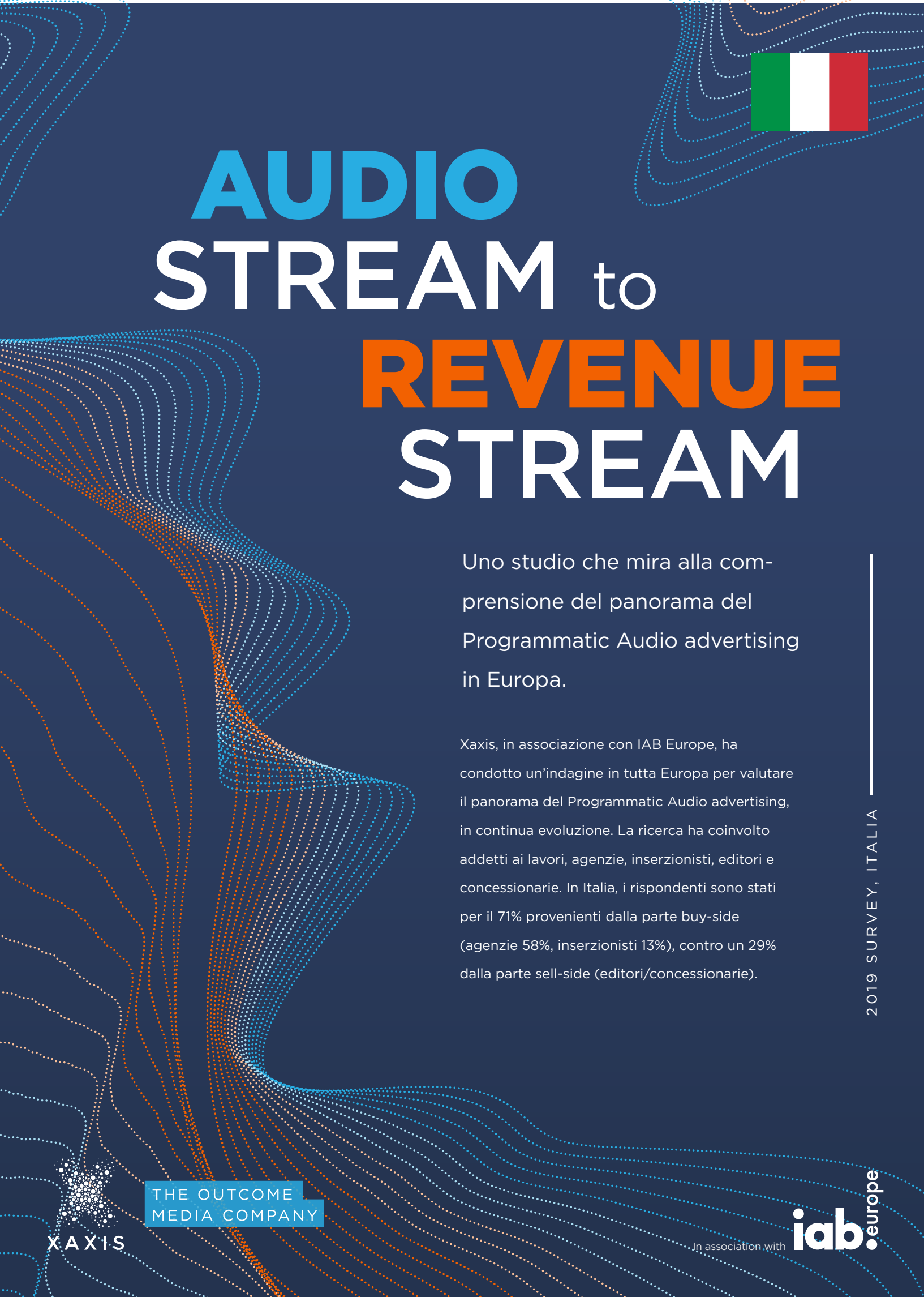




AUDIO STREAM to REVENUE STREAM

Uno studio che mira alla comprensione del panorama del Programmatic Audio advertising in Europa.

Xaxis, in associazione con IAB Europe, ha condotto un'indagine in tutta Europa per valutare il panorama del Programmatic Audio advertising, in continua evoluzione. La ricerca ha coinvolto addetti ai lavori, agenzie, inserzionisti, editori e concessionarie. In Italia, i rispondenti sono stati per il 71% provenienti dalla parte buy-side (agenzie 58%, inserzionisti 13%), contro un 29% dalla parte sell-side (editori/concessionarie).

2019 SURVEY, ITALIA



XAXIS

THE OUTCOME
MEDIA COMPANY

In association with

iab.europe

IL PRESENTE

il 54%

della componente buy-side utilizza già le tecnologie del programmatic audio...

il 77%

spende attualmente meno del 10% del budget media in audio advertising

il 91%

spende meno del 10% del budget media in audio advertising, utilizzando però le tecnologie programmatiche

LA CONOSCENZA È LIMITATA

SOLO

il 13%

della componente buy-side possiede una discreta conoscenza del programmatic audio

MENTRE

il 37%

della componente sell-side sono molto sicuri della loro conoscenza

IL FUTURO

il 68%

dei rispondenti buy-side in Italia pensano che aumenteranno lo speso nel programmatic audio nei **prossimi 18 mesi**.

L'investimento è destinato ad aumentare.

INVESTIMENTI AUDIO

SEBBENE

il 54%

dei rispondenti già utilizzino il programmatic audio...

il 29%

afferma che questo dipende dal superamento delle barriere.

LE BARRIERE PRINCIPALI

44%

comprensione dell'impatto sull'investimento

41%

Partnerships (con sell-side e buy-side)

OPPORTUNITÀ

il 65%

sta investendo in programmatic audio per i vantaggi relativi al targeting.

il 71%

afferma che l'investimento in audio advertising completi il media mix complessivo.

L'86%

sceglie il mobile come device preferito per raggiungere la propria audience.



66%

l'Italia, rispetto agli altri paesi Europei intervistati, è la più entusiasta riguardo le opportunità pubblicitarie dell'audio in mobilità tramite auto.



XAXIS

THE OUTCOME
MEDIA COMPANY

*tutti i dati presentati si riferiscono al buy-side (agenzie / inserzionisti) se non specificato. Il sell-side è composto da editori e concessionarie.

In association with

iab.europe