



## Sempre più spot sul telefonino: il giro d'affari è cresciuto del 21%

DA MILANO

**È** un mercato ancora piccolo, ma sta crescendo rapidamente. La pubblicità via cellulare interessa sempre più aziende italiane: secondo la consueta ricerca dell'Osservatorio Mobile Marketing & Service della School of Management del Politecnico di Milano gli investimenti nel 2009 hanno registrato un incremento del 21% rispetto al 2008, portando il giro d'affari di questo mercato a 32 milioni di euro.

I settori con una maggiore propensione al "mobile advertising" sono intrattenimento, editoria e media, abbigliamento, accessori e automotive. E gli sms continuano ad essere la soluzione mag-

giormente utilizzata.

Alcune aziende stanno esplorando nuove forme di pubblicità via telefonino. Dolce & Gabbana, ad esempio, nel 2009 ha sviluppato D&G Fashion Channel, un'applicazione gratuita per iPhone in lingua inglese. Anche Bmw Italia ha sviluppato un applicativo dal nome "BMW X1 Mobil" che permette di prenotare il test drive. Ma il telefono cellulare viene, sempre più, utilizzato dalle aziende anche come nuovo canale per gestire la relazione con il consumatore sfruttando la gestione di servizi innovativi. Tra i precursori il settore bancario e assicurativo con gli sms di notifica nel caso di transazioni sulle carte di credito, ad esempio.