



EVENTI

23/10/2024

di Annalisa Pomponio

GA4 SUMMIT 2024: TRA SCENARI FUTURI, TREND E INSIGHT DEL MARKETING ANALYTICS

 Matteo Flora

Matteo Flora



Ascolta questo articolo ora...



Matteo Flora, docente di Corporate Reputation e fondatore di The Fool, inaugurerà l'evento **GA4 Summit 2024** presentando e commentando insieme a **Matteo Zambon**, Beta e Alpha tester di **Google**, i dati e le tendenze di mercato relativi a Intelligenza Artificiale e Marketing, budget Advertising, deprecazione dei Cookies di terze parti e Ad spending globale.



In foto: Matteo Zambon

La seconda edizione del GA4 Summit, evento internazionale su Google Analytics 4 per il marketing e l'advertising, si terrà a Bologna il 25 e 26 ottobre.

Oltre a Matteo Flora, confermata la presenza anche della host del Summit 2024, si tratta di **Marianna Chillau**, CEO di Marlene Live, presidente dell'associazione 4eCom e imprenditrice con oltre 15 anni di esperienza in ambito ecommerce e digital marketing, che dialogherà insieme a Roberto Guiotto, Co-Founder e CMO di Tag Manager Italia, circa gli scenari e le prospettive sull'utilizzo di GA4 per il marketing e l'advertising, tra costi, benefici e ritorno sull'investimento.

TREND E SCENARI DI MERCATO DELLA MARKETING ANALYTICS PROTAGONISTI DEL GA4 SUMMIT 2024

La spesa in digital advertising in Italia ha toccato i **5,9 miliardi di euro nel 2024**, cifra destinata ad **aumentare fino a 7,6 miliardi di euro entro il 2028**.

Sebbene il tasso di crescita sia meno esponenziale rispetto a quello registrato durante il periodo pandemico (+19,6% tra il 2021 e il 2022), l'aumento dell'ad spending del mercato italiano nell'anno 2023 - 2024 si è attestato al +8,4%.

Un trend di crescita che promette di mantenere un aumento costante anno su anno (+6,1% medio annuo dal 2024 al 2028) (Fonte dati: *Statista*).

Tuttavia, in questo scenario a crescere non sono solamente i budget investiti in campagne advertising, ma anche i costi a livello mondiale sulle principali piattaforme pubblicitarie digitali.

Secondo Worldstream.com, un aumento dei costi pubblicitari registrato, con particolare evidenza, per il **Costo per Click (+10,4%) e Costo per Lead (+24,6%) delle campagne di ricerca Google Ads e Microsoft Ads** a livello mondiale in 23 mercati differenti tra il 2023 e il 2024.

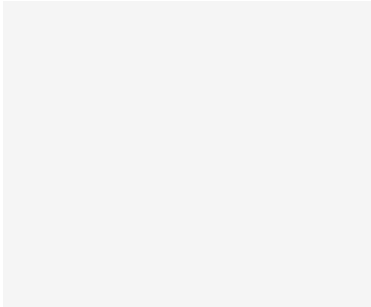
In aggiunta, secondo ricerche effettuate da Censuswide, Corvidae e Statista, a causa della progressiva deprecazione dei cookies di terza parte, ad aprile 2023 circa il 51% dei decision makers di aziende ed ecommerce in Gran Bretagna, ha dichiarato di prevedere un incremento degli investimenti in campagne advertising sul canale Direct TV (canali TV, live streaming, on-demand, ecc.), e sui canali Over-the-Top (Netflix, Amazon Prime Video, Hulu, ecc.)

SFIDE E OPPORTUNITÀ PER AZIENDE ED ECOMMERCE

Come cambieranno le strategie di allocazione del budget Adv e di data analytics per mantenere in profitto le campagne su piattaforme diverse mentre i costi dell'advertising crescono e i cookie di terza parte vengono progressivamente abbandonati?

A dare una risposta a questa e molte altre domande saranno **Matteo Flora e Matteo Zambon** durante il **keynote speech di apertura dell'evento**.

I biglietti per partecipare sono quasi esauriti. Per ulteriori informazioni e [per registrarsi all'evento](#): www.ga4summit.it



seguici su    

[CHI SIAMO](#) | [COOKIE POLICY](#) | [PRIVACY](#) | [CONTATTI](#) | [CHANGE PRIVACY SETTINGS](#)

ENGAGE

Sede Amministrativa: Corso Magenta 85, 20123 - Milano (MI) - P.IVA 08421160964

Redazione: redazione@engage.it

Marketing: marketing@edimaker.it

Engage.it è associata all' 