

MARCHE E IMPRESE PER LA COMUNICAZIONE

www.upa.it



SH SA SA

UPA è l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia.

MISSION

Identificare e gestire i problemi comuni ai propri associati in materia di pubblicità e comunicazione. Rappresentare gli interessi delle aziende presso istituzioni, agenzie, media, concessionarie, consumatori e tutti gli stakeholder del mercato.

Le oltre **400** aziende associate a UPA rappresentano circa l' **85%** degli investimenti pubblicitari in Italia.



RIFERIMENTO

Qualificare UPA come punto di *riferimento* per il sistema della comunicazione pubblicitaria.

PRESIDIO

Presidiare ogni ambito del mercato *a tutela delle aziende* che investono in comunicazione.

VALORE

Mantenere un'attenzione costante ai valori dell'associazione: responsabilità, trasparenza, innovazione.

10 AREE OPERATIVE

- 1. Rappresentanza delle aziende nel settore della comunicazione per tutelarne gli interessi.
- 2. *Relazioni* con le istituzioni governative, Authority, associazioni dei consumatori.
- Impegno diretto nel sistema di misurazione delle audience per garantirne l'efficacia e l'autonomia.
- 4. *Presidio* dell'innovazione digitale garantendone la trasparenza (Data Lake; Blockchain; Cross Media Initiative-WFA).
- 5. Consulenza alle aziende: advertising/comunicazione, legale, contrattuale.
- 6. Analisi degli scenari.
- 7. Autodisciplina.
- 8. Responsabilità sociale: Pubblicità Progresso, contrasto fake news
- 9. *Corsi di formazione* manageriale e aggiornamento. Master verticali di approfondimento.
- 10. Servizi informativi giornalieri e periodici per i soci.



GRANDI PROGETTI DI COMUNICAZIONE

- Assemblea UPA come evento centrale per tutto il mondo della comunicazione.
- <u>Effie Awards Italy</u>: un premio che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, valorizzandone i risultati di business.
- <u>Branding e-volution</u>: ricerca realizzata insieme alla School of Management del Politecnico di Milano per indagare il rapporto fra iniziative di marketing e comunicazione digitale e costruzione della marca.
- <u>Influencer Marketing</u>: evento annuale per evidenziare l'importanza strategica degli influencer/creator e la necessità di approcci professionali sempre più solidi nel mercato.



GRANDI PROGETTI DI COMUNICAZIONE

- <u>Advanced TV</u>: evento organizzato in collaborazione con Engage dove i maggiori esperti del settore si confrontano sul tema della Tv connessa.
- <u>Linee guida UPA-Uni per una pubblicità accessibile e inclusiva</u>: progetto per l'elaborazione di una Prassi di Riferimento dedicata alla pubblicità accessibile e inclusiva, ispirata ai principi del design for all.
- Il canale YouTube <u>UPA Advertising Graffiti</u>, che oggi conta migliaia di video pubblicitari, decine di interviste di esperti per temi, e soprattutto milioni di visualizzazioni. Con una nuova playlist su arte e pubblicità in collaborazione con l'Associazione Civita.
- <u>Upaperlacultura.org</u>, la piattaforma web premiata dalla WFA come il progetto più innovativo per le strategie di impresa.



INNOVAZIONE DIGITALE

- <u>UPA Nessie</u>, piattaforma per la gestione dei big data al servizio del marketing e della comunicazione.
- <u>Metaverse Marketing Lab</u>, iniziativa della School of Management del Politecnico di Milano, nata in collaborazione con UPA e UNA allo scopo di creare un forum di discussione tra imprese, filiera della comunicazione e abilitatori tecnologici in merito alle opportunità e alle sfide delle tecnologie connesse al metaverso nelle attività di marketing.



DATI E RICERCHE

- Dati Audi: Dati mensili di audience di tutti i canali televisivi, *Dati Audicom* mensili relativi alle audience stampa e digital, *Dati ADS mensili* per quotidiani e periodici (tiratura e diffusione), *Dati Audimovie*.
- <u>Dashboard investimenti pubblicitari</u>: la serie storica degli investimenti pubblicitari per mezzo in Italia dal 1962 ad oggi.
- Il <u>Progetto KPI</u>, uno strumento imprescindibile per tutti i manager e i professionisti della comunicazione che offre una classificazione e internazionale degli obiettivi della comunicazione.



- Newsletter quotidiane (creatività e dati Auditel quotidiani).
- Newsletter settimanale (monitoraggio attività delle istituzioni).
- *Ricerche UPA*: Branding e-volution, Lo stato dell'arte dell'Ad Blocking, Creative In-housing, Sustainability & Marketing, Programmatic data & technology.





AUDIENCE E NUOVE MISURAZIONI

- Auditel: rilevazione dei contenuti tv su tutti i device digitali. Progettazione e presentazione, con l'ausilio di UPA, di un sistema di classificazione unica degli spot video con un codice di tracciamento crossmediale per le campagne dei broadcaster.
- *Audicom*: nato dalla fusione di Audiweb e Audipress con l'obiettivo di realizzare e offrire al mercato una ricerca integrata sulla fruizione di contenuti multimediali, editoriali e/o pubblicitari, mediante internet e stampa quotidiana e periodica.



AUDIENCE E NUOVE MISURAZIONI

- *Audioutdoor*: rileva le audience dei diversi ambienti del mezzo out-of-home con uno standard condiviso da tutte le componenti del mercato pubblicitario.
- *Audimovie*: rileva i dati delle presenze nelle sale cinematografiche in Italia e i dati sui profili socio demografici degli spettatori.
- *ADS*: società che certifica e pubblica i dati di diffusione della stampa italiana quotidiana e periodica in formato cartaceo e digitale.



RELAZIONI ISTITUZIONALI

• Il *Libro Bianco* sulla comunicazione digitale. Una guida fondamentale per orientarsi in un mondo in continua evoluzione.



- *Linee guida* per misurazione crossmediale.
- <u>Linee guida</u> per gare media e gare creative. UPA e UNA sono state promotrici di iniziative volte a definire le best practice per una migliore gestione dei pitch.
- Aggiornamenti e approfondimenti sul *Patent Box*.



- Collaborazione alla redazione della <u>Digital Chart</u> dello IAP.
- Opinion papers sul tema Web Tax.
- Gestione attenta e costante all'implementazione delle normative privacy: direttive e-privacy (cookie law) e GDPR.
- Ideazione e promozione del *Tax Credit* sugli investimenti ADV sulla stampa nazionale, locale e online, esteso da quest'anno anche alle Tv e alle Radio.





UPA ACADEMY SRL

ALTA FORMAZIONE

UPA Academy Srl, controllata per il 60% da UPA e per il 40% dal Comitato UPA Formazione, ha l'obiettivo di garantire una gestione coerente e unificata di tutte le iniziative di formazione di UPA.

- Il <u>Master in Strategie di comunicazione integrata</u>.
- Il <u>Master in Branded Content & Entertainment</u>.
- Il <u>Master in Data Science per la comunicazione digitale</u>.
- Il <u>Master in Diritto della comunicazione commerciale</u>.
- I Corsi di una giornata su temi specifici.



WEBINAR FORMATIVI E AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE

• Momenti di formazione riservati ai soci sui temi più attuali del mercato (media, creatività, programmatic).



