



## COMUNICATO STAMPA

### UPA AVVIA LA FASE OPERATIVA DEL PROGETTO BLOCKCHAIN NEL MONDO DIGITALE

Come anticipato dal presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi a UPA Settanta dello scorso 4 luglio, **UPA** sta lavorando da alcuni mesi, in stretta sinergia con **Reply Consulting e Blockchain Reply**, alla definizione di un progetto esecutivo per **realizzare un'architettura blockchain aperta alla partecipazione di tutto il mercato dell'advertising digitale**, che aiuti a controllare i fenomeni che preoccupano l'industria.

Infatti la necessità di una maggiore brand safety per la marca che investe in comunicazione digitale, il contenimento dell'ad fraud e il controllo della trasparenza delle transazioni finanziarie nel programmatic buying sono problematiche che hanno assunto via via una progressiva e pressante importanza a livello globale.

Il [Libro Bianco della Comunicazione digitale](#), fortemente voluto e promosso da UPA insieme ad altre sette associazioni del mercato pubblicitario, ha responsabilizzato i player del settore ed ha accresciuto notevolmente la consapevolezza dei temi e la sensibilità nel mercato.

Le soluzioni vanno ora ricercate nell'adozione di tecnologie che consentano di abilitare nella pratica i processi definiti nel Libro Bianco.

E' terminata a gennaio la fase di pre-analisi dei potenziali benefici che la blockchain può portare al settore dell'advertising, che ha visto coinvolte operativamente oltre dieci aziende associate a UPA di diversi settori economici (banche, assicurazioni, utilities, automotive, largo consumo), con un approccio molto pragmatico basato sulla definizione degli step operativi da intraprendere per attivare i diversi asset necessari alla messa in pratica della tecnologia.

Si è convenuto che alcune criticità del mercato dell'advertising potrebbero essere ridotte o annullate attraverso la tecnologia blockchain, in particolare:

- riduzione delle problematiche di **brand safety e policy**;
- contrasto più efficace di oggi all' **ad fraud**;
- **monitoraggio in near real time** delle performance delle campagne pubblicitarie, con la possibilità di costruire anche benchmark da definire;
- **maggior trasparenza finanziaria**, attraverso la creazione di smart contract in grado di connettere contrattualmente direttamente l'advertiser (o il publisher) con l'intera catena di intermediazione.

Partirà quindi ora la definizione delle diverse fasi di progetto connesse al raggiungimento degli obiettivi delineati, con un'analisi dei costi, dei possibili ricavi e della governance migliore da adottare. L'intendimento di UPA è quello di **coinvolgere tutti i principali operatori, associazioni, e terze parti interessate, la cui partecipazione attiva sarà fondamentale**.

Si stanno inoltre monitorando attentamente gli sviluppi normativi legati alla blockchain e le opportunità di finanziamento accessibili a livello italiano ed europeo.

Per ulteriori informazioni [alberto.vivaldelli@upa.it](mailto:alberto.vivaldelli@upa.it)

Milano, 6 febbraio 2019