

COMUNICATO STAMPA

**UPA PRESENTA NESSIE, IL PRIMO PROGETTO CONDIVISO DI BIG DATA
PER IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE**

Grandi brand italiani e internazionali tra i primi partecipanti. Partnership tecnologica con Neodata Group

Milano, 19 giugno 2019 – UPA, l’associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha presentato oggi **NESSIE (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation)**, uno dei primi progetti di sistema a livello internazionale per la gestione dei big data al servizio del marketing e della comunicazione.

Sviluppato in partnership con **Neodata Group**, società specializzata in digital innovation e big data, **NESSIE** nasce dalla collaborazione tra alcuni grandi brand italiani e multinazionali e la stessa UPA, che l’ha promosso e che sarà garante della corretta interazione fra i vari attori. UPA avrà anche la responsabilità di rappresentare le diverse necessità delle aziende che partecipano al progetto e di stimolare la realizzazione, sulla nuova piattaforma, di altri progetti comuni.

A **NESSIE** hanno fino ad oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa 6 aziende: **Bolton, Henkel, Nestlè, Perfetti, Piaggio e Valsoia**, che hanno deciso attraverso il nuovo progetto di avviare o potenziare le loro iniziative di digital transformation.

La prima applicazione concreta della collaborazione comporta la realizzazione di un **data lake**, già oggi attivo, condiviso fra le aziende partecipanti. Il data lake (letteralmente “lago di dati”) è la piattaforma tecnologica per la raccolta e la codificazione dei dati grazie alla quale i partecipanti al progetto arricchiscono vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su vari device attraverso campagne pubblicitarie digitali. L’arricchimento dei cookie si effettua attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati raccolti.

Questo processo avviene in modalità ‘peer-to-peer’ e senza compravendita di dati. Ogni azienda arricchisce solo le audience raccolte organicamente, non potendo fare la cosiddetta audience extension su utenti esclusivi degli altri. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi. Le aziende possono, poi, gestire individualmente e in totale autonomia collaborazioni più approfondite con altri partecipanti a **NESSIE** e, naturalmente, con qualsiasi altra terza parte.

Fra i punti di forza del progetto vi sono alcuni requisiti molto richiesti dai brand sul mercato: la **trasparenza** dei ruoli e finanziaria, la **proprietà** e la **valorizzazione** autonoma dei cosiddetti dati di prima parte (i dati di proprietà esclusiva delle singole aziende), la **qualità** dei dati raccolti, la **certificabilità** dell’intero processo.

Per alcune delle aziende aderenti si tratta anche di accedere, per la prima volta, a funzionalità di tipo **DMP** (Data Management Platform), con cui attivare l’audience per l’advertising profilata, la personalizzazione dei siti, il direct marketing o la business intelligence.

L’infrastruttura di data lake e DMP è messa a disposizione da **Neodata Group**, fornitore e partner tecnologico del progetto **NESSIE**, che per la sua realizzazione si è avvalsa delle soluzioni cloud **Microsoft Azure**.

Il progetto è innovativo sotto molti aspetti. Innanzitutto, indica la volontà dei brand di riprendere la leadership dello sviluppo del business basato sui dati e di investire, in modo significativo, risorse economiche

destinate ai nuovi modelli di marketing e di advertising digitale. Ciò è particolarmente rilevante per via della crescente convergenza digitale di mezzi e canali, unita alla necessità di integrazione di tutte le iniziative fisiche (punti vendita, eventi, comunicazione ecc.).

In secondo luogo, consente una valorizzazione degli investimenti pubblicitari non solo attraverso spazi fisici o digitali ma anche grazie alle opportunità offerte dalla gestione attiva dei dati e dalla profilazione dei comportamenti di consumo, rese possibili dalle nuove tecnologie. Inoltre, un progetto condiviso come **NESSIE** rappresenta una risposta alle necessità di contenere i budget complessivi delle aziende, per effetto delle rilevanti sinergie sul piano tecnologico e delle maggiori efficienze in termini di strutture interne aziendali.

NESSIE costituisce una delle prime risposte industriali al GDPR, il nuovo regolamento della privacy, che dopo aver promosso tra le aziende un'evoluzione culturale e una maggiore accountability, crea le condizioni per una crescita guidata da un uso trasparente e proporzionato dei dati raccolti dai potenziali consumatori.

Molto importante è anche il principio, posto alla base di **NESSIE**, che per competere meglio in ambiente digitale, fra aziende e con le piattaforme online, occorre un livello iniziale di collaborazione fra brand che riduca le asimmetrie informative fra gli operatori. Un approccio sposato anche da aziende multinazionali, che hanno riconosciuto l'eccellenza di un progetto d'avanguardia concepito interamente in Italia.

Gli obiettivi di **NESSIE**, peraltro, vanno oltre lo sviluppo di software. Oltre **70 aziende** aderenti a UPA stanno già collaborando, nell'ambito di tavoli di lavoro promossi dall'associazione, per condividere opportunità e problematiche nell'impiego dei big data e dell'intelligenza artificiale. Alcune di loro stanno valutando la partecipazione al data lake **NESSIE**, per il quale è allo studio anche l'ampliamento del cosiddetto 'cookie pool' in un data marketplace vero e proprio, popolato da dati di prima e di terza parte acquisiti attraverso altri data provider, con modalità da definire.

Fra le iniziative nate attorno al progetto **NESSIE**, merita di essere segnalato il corso "Big Data High Performance", con il contributo di docenti Neodata, riservato alle aziende associate, che si è concluso pochi giorni fa e ha formato circa 50 manager all'uso delle DMP e del data lake **NESSIE**. A settembre, invece, partirà il **Master in Data Science per la comunicazione digitale**, rivolto alla formazione di manager, professionisti e giovani neolaureati.