

COMUNICATO STAMPA

UPA Nessie e Optwo annunciano una partnership strategica per restituire ai brand controllo e valore sui dati *first-party*.

Un progetto innovativo a servizio dei brand che rappresentano l'85% degli investimenti pubblicitari in Italia.

Milano, 02 febbraio 2026. UPA Nessie, braccio operativo per i progetti di data collaboration di UPA Utenti Pubblicità Associati, l'associazione che riunisce i principali brand di prodotti di largo consumo e le principali imprese industriali, commerciali e di servizi italiane e multinazionali che investono in pubblicità e comunicazione, rappresentando circa l'85% degli investimenti pubblicitari in Italia, annuncia oggi l'avvio di una partnership strategica con Optwo, startup tecnologica innovativa che sviluppa soluzioni basate su tecnologia proprietaria e intelligenza artificiale.

La fase iniziale del progetto prevede una intensa fase di sperimentazione supportata da alcuni dei principali associati UPA e da ulteriori aziende che insieme concorreranno alla fase di *testing* ed implementazione di ulteriori servizi abilitanti nel settore del *marketing one-to-one*, della *loyalty*, e della tracciabilità di prodotto più evoluta.

L'intenzione è quella di abilitare insieme la miglior Customer Data Platform disponibile nell'ambito del *customer engagement* (completa di *identity resolution*, gestione consensi & *GDPR*, *customer journey event-driven*, personalizzazione avanzata di contenuti dinamici, *analytics & decisioning*).

L'iniziativa si inserisce nel ruolo storico di UPA come guida del mercato, impegnata nel promuovere modelli più evoluti, trasparenti e sostenibili per l'ecosistema della comunicazione, mettendo a sistema le esigenze dei brand associati e favorendo l'innovazione a beneficio dell'intero settore, tutelandone gli interessi, promuovendone la trasparenza e l'innovazione nel mercato.

Oggi, infatti, molte aziende vivono la tracciabilità dei beni come un costo "difensivo", non come un asset strategico. E il motivo non è (solo) tecnologico, ma culturale, organizzativo ed economico. La tracciabilità è utilizzata per *compliance*, ma non per valore, raccoglie dati ma non li sfrutta, non è collegata al cliente finale e utilizza pochi KPI creando un paradosso: crea valore per il cliente, ma non per l'azienda.

UPA Nessie e Optwo si alleano per dare valore anche all'azienda e aumentare il valore per il cliente finale. Elemento distintivo dell'iniziativa è l'approccio innovativo alla tracciabilità, che consente ai brand di trasformare gli investimenti sostenuti in questo ambito in nuove opportunità di ricavo, contribuendo alla creazione di valore condiviso lungo tutta la filiera.

Attraverso un modello integrato e proprietario, la partnership mira a restituire ai brand controllo, visibilità e piena valorizzazione dei propri dati, abilitando strategie di marketing più efficaci, sostenibili e realmente *data-driven*.

Grazie a una piattaforma tecnologica proprietaria supportata dall'intelligenza artificiale e a un *business-model disruptive* basato su un modello economico innovativo e sostenibile, il progetto offrirà ai brand un **accesso diretto e strutturato ai dati *first-party***, una risorsa strategica che fino ad oggi è stata spesso limitata, frammentata o poco valorizzata. Il modello proposto garantisce una **gestione indipendente e trasparente dei dati**, riducendo la dipendenza da intermediari esterni.

Il progetto affronta in modo concreto **tre sfide chiave del mercato**, particolarmente rilevanti per i brand rappresentati da UPA:

- la crescente dipendenza dai grandi player digitali;
- la frammentazione del *customer journey*, che ostacola una visione unificata del consumatore;
- la limitata trasparenza nella misurazione delle performance e del ritorno sugli investimenti.

“La partnership con Optwo rappresenta un passo concreto nel percorso che UPA porta avanti da anni per rafforzare il ruolo dei brand all'interno dell'ecosistema digitale. Mettere i dati *first-party* al centro, garantendo trasparenza, indipendenza e creazione di valore condiviso, è fondamentale per i nostri associati, che insieme rappresentano l'85% degli investimenti pubblicitari in Italia. Come UPA, riteniamo strategico promuovere soluzioni innovative che restituiscano ai brand controllo e visibilità sui propri asset informativi, contribuendo a un mercato più equilibrato e sostenibile”, ha dichiarato **Alberto Vivaldelli**, Amministratore Delegato UPA Nessie.

“Siamo orgogliosi di avviare questa partnership con UPA Nessie, che riconosciamo come interlocutore chiave e guida del mercato. La nostra tecnologia proprietaria, basata sull'intelligenza artificiale, nasce proprio per rispondere alle esigenze dei brand: accesso diretto ai dati *first-party*, misurazione trasparente e nuovi modelli di valorizzazione. Insieme a UPA vogliamo costruire un'infrastruttura che abiliti strategie di marketing realmente data-driven e orientate alla creazione di valore nel lungo periodo”, ha affermato **Roberto Salemi**, Amministratore Unico Optwo.

La partnership rappresenta un ulteriore passo nel percorso di UPA a supporto dei brand, per costruire un ecosistema digitale più equilibrato, trasparente e orientato alla creazione di valore nel lungo periodo.

Per maggiori informazioni:

UPA
Serena Piazz
0258303741
serena.piazz@upa.it