



Eventi Branding e-evolution, torna il 28 settembre con UPA e la School of Management del PoliMi

Anche quest'anno l'obiettivo è di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo

Appuntamento il 28 settembre al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di Branding e-evolution, il convegno organizzato da UPA e dalla School of Management del Politecnico di Milano, con l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo. Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati dell'edizione 2022 della ricerca, condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di advertiser. Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende di marca che player della comunicazione: i numerosi interventi in scaletta, coniugando dati, analisi e insight sullo scenario italiano (e internazionale), forniranno spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l'analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand. Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno: nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand; nuovi approcci alla misurazione di brand; brand tra purpose e crescita di business. L'evento si potrà seguire in streaming. Numerosi i partner dell'iniziativa: Amazon Ads, Ciaopeople, Condé Nast, GfK Italia, Google, Kantar, Integral Ad Science, LinkedIn, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Talkwalker, WebAds.

Agenda

9-9:30: Registrazione e Welcome coffee

9:30-10: Introduzione

Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese Politecnico di Milano

10-11:45: Il brand al centro di (nuovi) mezzi, creatività, dati



● Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-evolution 2022" – 1^ parte

● La trasformazione digitale di un leader
Vittorio Bucci, CEO & Partner Mediaplus Italia

● Visione collettiva, individuale, connessa, on demand: la tv e i suoi schermi diffusi
Roberta Lucca, Direttore Marketing Commerciale Rai Pubblicità

● Samsung lancia il suo nuovo smartphone con Amazon Ads e Twitch per ingaggiare audience difficili da raggiungere
Giuseppe Russo, Channel Marketing & Communications Manager Samsung

● Branding, coinvolgimento e attivismo: Fanpage.it e Parlamento europeo insieme per ingaggiare i giovani sul futuro dell'Europa
Giorgio Mennella, Advertising Director Ciaopeople
Raffaella De Marte, Head of the Media Service Unit Parlamento europeo

● Metaverse marketing: virtuale a chi?
Lucio Lambertini, Ordinario di Omnichannel Marketing e Responsabile Metaverse Marketing Lab Politecnico di Milano

11:45-13:15: Nuovi approcci alla misurazione di brand

● Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-evolution 2022" – 2^ parte

● Evoluzione dei media e ruolo degli editori tradizionali
Antonio Pepe, Partner & COO Sensemakers

● Costruire il brand tra cross-medialità, second-screen, addressable, ad-skipping e sound-off: il caso Haier

Francesco Bellomo, Media & Consumer Insight Senior Manager Haier

nior Manager Haier

Andrea Giovenali, CEO e Fondatore Nextplora

● L'impatto della Media Quality nel generare Attention e Outcomes

Aaron Mirelli - Sales Account Executive IAS Italia

Rocco Barbini - Solution Engineer IAS Italia e Spagna

13:15-14:30 Networking lunch

14:30-17: Brand tra purpose e crescita di business

● Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-evolution 2022" – 3^ parte

● Brand purpose, targeting e comunicazione digitale

Giorgio Licastro, Media Measurement Lead Italy GfK

● Brand Equity e tecnologie abilitanti

Relatore da definire

● Share of Culture: quando la Brand Influence guida le scelte d'acquisto

Raffaella Buda, Advertising Marketing Director Condé Nast Italia

● Brand Love: come generare una relazione più forte tra il consumatore e la marca

Francesco Turco, Marketing Manager Italy Talkwalker

Mattia Liccardi, Digital Marketing Specialist Piaggio

Simona Vivaldi, Marketing Research Manager Piaggio

17-17:30: Conclusioni

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano
Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

BRAND NEWS



mercoledì 7 settembre 2022

quotidiano di brand marketing, comunicazione,
media, web & digital, pubblicità, design

**BUSINESS
ASSOCIAZIONI**

PAG. 3

UPA: appuntamento il 28 settembre con Branding e-volution

Appuntamento il 28 settembre al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di Branding e-volution, il convegno organizzato da UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in comunicazione pubblicitaria in Italia, e dalla School of Management del Politecnico di Milano, con l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.

Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati dell'edizione 2022 della ricerca,



condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di advertiser. Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende di marca che player della comunicazione: i numerosi interventi in scaletta, coniugando dati, analisi e insight sullo scenario italiano (e internazionale),

forniranno spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l'analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand. Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno: nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand, nuovi approcci alla misurazione di brand, brand tra purpose e crescita di business. L'evento si potrà seguire in streaming, [iscrivendosi a questo link.](#)



Eventi

Branding e-volution, torna il 28 settembre a Milano l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano per riflettere sul ruolo contemporaneo della marca

Al Teatro Parenti la seconda edizione del convegno che ha l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo. Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende che player della comunicazione.

Appuntamento il **28 settembre** al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di **Branding e-volution**, il convegno organizzato da **UPA**, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori in comunicazione pubblicitaria in Italia, e dalla **School of Management del Politecnico di Milano**, con l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.

Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati **dell'edizione 2022 della ricerca**,

condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di advertiser.

Anche quest'anno sono state coinvolte sia **aziende di marca che player della comunicazione**: i numerosi interventi in scaletta, coniugando dati, analisi e insight sullo scenario italiano (e internazionale), forniranno spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l'analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand.

Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno:

- **nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand,**
- **nuovi approcci alla misurazione di brand,**
- **brand tra purpose e crescita di business.**

L'evento si potrà seguire in streaming, iscrivendosi a questo link.

Numerosi i partner dell'iniziativa: **Amazon Ads, Ciaopeople, Condé Nast, GFK Italia, Google, Kantar, Integral Ad Science, LinkedIn, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Talkwalker, WebAds.**

Di seguito l'agenda completa del convegno:

Agenda

Ore 9-9.30

Registrazione e Welcome coffee

Ore 9.30-10

Introduzione

Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese Politecnico di Milano

Ore 10-11.45

Il brand al centro di (nuovi) mezzi, creatività, dati

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico "*Branding e-volution 2022*" - 1° parte.
- La trasformazione digitale di un leader

Vittorio Bucci, CEO & Partner Mediaplus Italia

- Visione collettiva, individuale, connessa, on demand: la tv e i suoi schermi diffusi.

Roberta Lucca, Direttore Marketing Commerciale Rai Pubblicità

- Samsung lancia il suo nuovo smartphone con Amazon Ads e Twitch per ingaggiare audience difficili da raggiungere.

Giuseppe Russo, Channel Marketing & Communications Manager Samsung

- Branding, coinvolgimento e attivismo: Fanpage.it e Parlamento europeo insieme per ingaggiare i giovani sul futuro dell'Europa.

Giorgio Mennella, Advertising Director Ciaopeople

Raffaella De Marte, Head of the Media Service Unit Parlamento europeo

- Metaverse marketing: virtuale a chi?.

Lucio Lamberti, Ordinario di Omnichannel Marketing e Responsabile Metaverse Marketing Lab Politecnico di Milano

Ore 11.45-13.15

Nuovi approcci alla misurazione di brand

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico *“Branding e-revolution 2022”* - 2° parte.
- Evoluzione dei media e ruolo degli editori tradizionali.

Antonio Pepe, Partner & COO Sensemakers

- Costruire il brand tra cross-medialità, second-screen, addressable, ad-skipping e sound-off: il caso Haier.

Francesco Bellomo, Media & Consumer Insight Senior Manager Haier

Andrea Giovenali, CEO e Fondatore Nextplora

- L'impatto della Media Quality nel generare Attention e Outcomes.

Aaron Mirelli - Sales Account Executive IAS Italia

Rocco Barbini - Solution Engineer IAS Italia e Spagna

Ore 13.15-14.30

Networking lunch

Ore 14.30-17.00

Brand tra purpose e crescita di business

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico *“Branding e-revolution 2022”* - 3° parte.
- Brand purpose, targeting e comunicazione digitale.

Giorgio Licastro, Media Measurement Lead Italy GFK

- Brand Equity e tecnologie abilitanti.

Relatore da definire

- Share of Culture: quando la Brand Influence guida le scelte d'acquisto.

Raffaella Buda, Advertising Marketing Director Condè Nast Italia

- Brand Love: come generare una relazione più forte tra il consumatore e la marca.

Francesco Turco, Marketing Manager Italy Talkwalker

Mattia Liccardi, Digital Marketing Specialist Piaggio

Simona Vivaldi, Marketing Research Manager Piaggio

Ore 17-17.30

Conclusioni

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano

Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

Youmark.it

Branding e-volution, torna il 28 settembre l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano per riflettere sul ruolo contemporaneo della marca

6 Settembre 2022

Appuntamento il 28 settembre al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di **Branding e-volution**, convegno organizzato da **UPA** e dalla **School of Management del Politecnico di Milano**, con l'obiettivo di **fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.**

Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati dell'edizione 2022 della ricerca, condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di advertiser.

Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende di marca che player della comunicazione.

Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno:

- nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand,
- nuovi approcci alla misurazione di brand,
- brand tra *purpose* e crescita di business.

L'evento si potrà seguire in streaming, [iscrivendosi online.](#)

I partner dell'iniziativa: Amazon Ads, Ciaopeople, Condé Nast, GFK Italia, Google, Kantar, Integral Ad Science, LinkedIn, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Talkwalker, WebAds.

Branding e-volution, torna il 28 settembre a Milano l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano

6 Settembre 2022

UPA



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

Branding e-volution, torna il 28 settembre a Milano l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano per riflettere sul ruolo contemporaneo della marca

Appuntamento il 28 settembre al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di Branding e-volution, il convegno organizzato da UPA, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori in comunicazione pubblicitaria in Italia, e dalla School of Management del Politecnico di Milano, con l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.

Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati dell'edizione 2022 della ricerca, condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di advertiser. Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende di marca che player della comunicazione: i numerosi interventi in scaletta, coniugando dati, analisi e insight sullo scenario italiano (e internazionale), forniranno spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l'analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand.

Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno:

- nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand,
- nuovi approcci alla misurazione di brand,
- brand tra *purpose* e crescita di

L'evento si potrà seguire in streaming, iscrivendosi a [questo link](#).

Numerosi i partner dell'iniziativa: **Amazon Ads, Ciopeople, Condé Nast, GFK**

Italia, Google, Kantar, Integral Ad Science, LinkedIn, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Talkwalker, WebAds.

Di seguito l'agenda completa del convegno:

Agenda Ore 9-9.30

Registrazione e Welcome coffee

Ore 9.30-10

Introduzione

Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese Politecnico di Milano

Ore 10-11.45

Il brand al centro di (nuovi) mezzi, creatività, dati

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-volution 2022" – 1°
- La trasformazione digitale di un leader

Vittorio Bucci, CEO & Partner Mediaplus Italia

- Visione collettiva, individuale, connessa, on demand: la tv e i suoi schermi

Roberta Lucca, Direttore Marketing Commerciale Rai Pubblicità

- Samsung lancia il suo nuovo smartphone con Amazon Ads e Twitch per ingaggiare audience difficili da raggiungere.

Giuseppe Russo, Channel Marketing & Communications Manager Samsung

- Branding, coinvolgimento e attivismo: Fanpage.it e Parlamento europeo insieme per ingaggiare i giovani sul futuro dell'Europa.

Giorgio Mennella, Advertising Director Ciaopeople

Raffaella De Marte, Head of the Media Service Unit Parlamento europeo

- Metaverse marketing: virtuale a chi?.

Lucio Lamberti, Ordinario di Omnichannel Marketing e Responsabile Metaverse Marketing Lab Politecnico di Milano

Ore 11.45-13.15

Nuovi approcci alla misurazione di brand

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-volution 2022" – 2°
- Evoluzione dei media e ruolo degli editori

Antonio Pepe, Partner & COO Sensemakers

- Costruire il brand tra cross-medialità, second-screen, addressable, ad-skipping e sound-off: il caso

Francesco Bellomo, Media & Consumer Insight Senior Manager Haier Andrea Giovenali, CEO e Fondatore Nextplora

- L'impatto della Media Quality nel generare Attention e Aaron Mirelli – Sales Account Executive IAS Italia Rocco Barbini – Solution Engineer IAS Italia e Spagna

Ore 13.15-14.30

Networking lunch

Ore 14.30-17.00

Brand tra purpose e crescita di business

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico “Branding e-volution 2022” – 3°
- Brand purpose, targeting e comunicazione

Giorgio Licastro, Media Measurement Lead Italy GFK

- Brand Equity e tecnologie

Relatore da definire

- Share of Culture: quando la Brand Influence guida le scelte d’acquisto.

Raffaella Buda, Advertising Marketing Director Condè Nast Italia

- Brand Love: come generare una relazione più forte tra il consumatore e la *Francesco Turco, Marketing Manager Italy Talkwalker* *Mattia Liccardi, Digital Marketing Specialist Piaggio* *Simona Vivaldi, Marketing Research Manager Piaggio*

Ore 17-17.30

Conclusioni

Giuliano Noci, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano

Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

Per maggiori informazioni:

Serena Piazzì

Klaus Davi & Co. 02860542

Luca Bragadini Adriano Ronconi

<https://klausdavi.com/index.php>