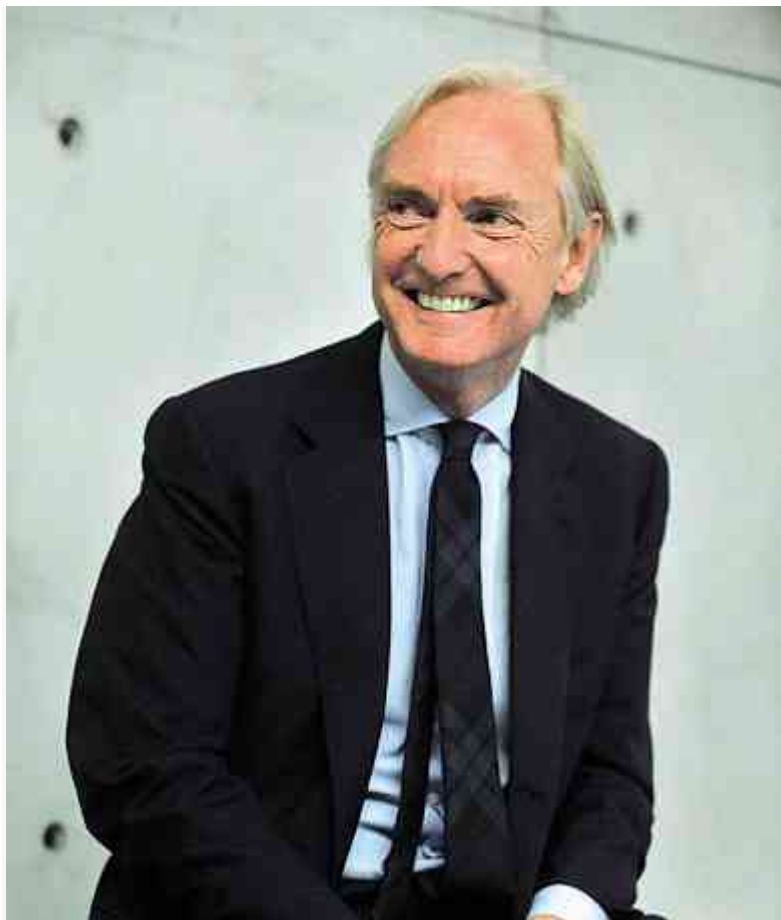


Pubblicità in ripresa spinta per l'economia»

Sassoli de' Bianchi (Upa): adesso uniamo Audipress e Audiweb

Sergio Bocconi



«Dopo lo smarrimento iniziale di fronte alla pandemia, la seconda parte del 2020 ha visto una ripresa significativa della fiducia e quindi degli investimenti pubblicitari, tanto da farci sperare in un 2021 con segno positivo». Lorenzo Sassoli de' Bianchi è stato confermato ieri mattina all'unanimità presidente di Upa, l'associazione che raccoglie gli investitori in advertising. È al suo sesto mandato triennale e conosce benissimo l'evoluzione del mercato: se si sbilancia in una stima si può stare certi che non è determinata solo da ottimismo, che pure in questo periodo è necessario.

Quali sono i termini della ripresa?

«A fronte di una contrazione degli investimenti in pubblicità da parte delle aziende fino a maggio 2020 del 23,8%, poi gradualmente minore, avevamo previsto nel corso dell'anno una chiusura negativa del 12%. Invece, dagli ultimi dati ci aspettiamo possa chiudere con una flessione del 10%. Gli investimenti pubblicitari di solito anticipano le tendenze dell'economia e la stimolano, perché uno dei punti di fondo è rimettere in circolo i 150 miliardi di risparmi che gli italiani hanno accumulato nel 2020, che possono far ripartire i consumi. È una questione di fiducia, che pare stia tornando come vediamo dagli indicatori:

da ottobre si respira da parte delle imprese, ma non solo, un clima di ritrovata fiducia, che ora si fonda anche sulla ritrovata coesione del Paese».

Effetto Draghi?

«I segni di una voglia di ripartenza erano evidenti già nell'ultima fase dello scorso anno. Ma certamente l'incarico a Draghi aumenta il sentimento di coesione e di fiducia, accresce le aspettative di riforme necessarie per superare la crisi. E di azioni più efficaci per sconfiggere la pandemia, come una forte campagna vaccinale. Sul piano della comunicazione ci sono diversi dossier urgenti sul tavolo. Tra questi senz'altro la riforma della Rai, per noi di Upa una priorità.

Come cresce il digitale?

«A novembre 2020 la pubblicità online-digitale valeva circa il 42% del totale, pari quasi a quella tv. In valore parliamo di oltre 2,9 miliardi all'anno. Lo sviluppo del digitale è molto importante e anche quello delle regole che lo riguardano, tanto è vero che Upa sta lavorando nella direzione di una sempre maggiore trasparenza. Su iniziativa di Upa Audiweb e Audipress, le due strutture di ricerca nel mondo di Internet e in quello della stampa, hanno avviato un percorso di fusione per aiutare i grandi brand editoriali e nativi digitali ad avere una misurazione condivisa della total audience».

A proposito di audience: com'è stato l'anno del Covid?

Ritorna la fiducia anche grazie alla ritrovata coesione intorno a Mario Draghi

«L'esposizione ai mezzi di comunicazione è cresciuta significativamente in questo periodo e ciò ha rappresentato per le aziende che investono in pubblicità un'opportunità: per la tv l'audience è aumentata del 9,5% nel prime time e dell'11,4% nel totale giorno, il dato più alto degli ultimi 15 anni, e per tutta la navigazione sul web il balzo è stato del 7,7%, in particolare per i siti di informazione, quelli connessi a educazione, università, e-commerce».

Altri progetti nuovi?

«La blockchain, un progetto di trasparenza all'interno del mondo digitale, nel caso specifico sull'acquisto degli spazi pubblicitari, oggi affidato a una lunga e spesso opaca, catena di operatori. Di circa il 15% dell'investimento digitale oggi non è conosciuta la destinazione finale e all'editore che deve ospitare le campagne digitali, alla fine non arriva non più del 30-35% dell'investimento complessivo. La tecnologia blockchain permette invece di certificare ogni livello della transazione. Quando sarà pronta le aziende potranno fare gli investimenti sapendo esattamente dove andranno a finire. Tutta la filiera viene messa in trasparenza e ciò permette una maggiore efficacia degli investimenti, una minore dispersione di risorse e anche di preservare il marchio dal rischio reputazionale. Per quanto sappiamo, è la prima blockchain di mercato a livello internazionale in questo settore».

Tempi?

«Contiamo sia operativa entro l'anno».

E sull'educazione?

«La formazione è al centro della mia presidenza dal 2007. Dobbiamo investire ancora di più sui giovani e aiutare le aziende a interpretare i grandi cambiamenti in corso. Intendiamo ampliare l'offerta con partnership di eccellenza. Stiamo discutendo con alcune tra le più titolate realtà della formazione manageriale, come il Politecnico di Milano, con il quale abbiamo già realizzato importanti ricerche».

TESTATA: ITALIA OGGI

Upa, Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza

DATA: 11 FEBBRAIO 2021

Upa, Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza

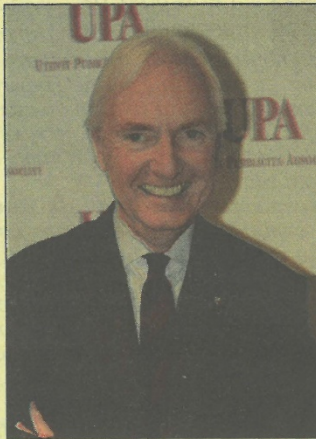
Il consiglio direttivo di Upa, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato all'unanimità Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza per il prossimo triennio 2021-2023.

Sassoli de Bianchi, alla guida di Upa dal 2007, è fondatore e presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli ha anche fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano.

In questi anni sotto la guida di Sassoli de Bianchi, Upa, sottolinea l'associazione, si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato.

Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee

guida per la gestione delle gare creative e media. Di rilievo anche i progetti più recenti che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Tra le proposte e le azioni anche quelle orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva.



Lorenzo Sassoli de Bianchi

© Riproduzione riservata

Pubblicità: Sassoli de Bianchi confermato presidente Upa

Guida associazione dal 2007

(ANSA) - MILANO, 10 FEB - Lorenzo Sassoli de Bianchi è stato confermato alla presidenza dell'Upa, UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, per il prossimo triennio.

Sassoli de Bianchi, ricorda una nota, è alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea e nel 2020 ha pubblicato il suo primo romanzo. L'assemblea dell'associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023. (ANSA).

BF

2021-02-10 10:36

Pubblicità: Sassoli De Bianchi confermato presidente Upa

(AGI) - Milano, 10 feb. - Il Consiglio Direttivo di UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza dell'Associazione per il prossimo triennio.

"In questi anni, sotto la guida di Sassoli - si legge in una nota - UPA si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle gare creative e media".

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, "La Luna Rossa". (AGI)Com/Car
10/02/2021 10:14

UPA: SASSOLI DE BIANCHI CONFERMATO ALLA PRESIDENZA PER IL TRIENNIO 2021-2023 =

Milano, 10 feb. (Adnkronos) - Il Consiglio Direttivo di UPA, l'associazione che riunisce gli investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza dell'Associazione per il prossimo triennio. "In questi anni -si sottolinea in una nota- sotto la guida di Sassoli Upa si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle gare creative e media.

Di particolare rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'Associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della

comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva".

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di Upa dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, "La Luna Rossa".

L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023, il cui elenco completo è visibile a questo indirizzo.

(Lci/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

10-FEB-21 10:50

Upa: Sassoli De Bianchi confermato alla presidenza per il triennio

E' alla guida dell'associazione dal 2007

Milano, 10 feb. (askanews) - Il Consiglio Direttivo di Upa, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato all'unanimità Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza per il prossimo triennio 2021-2023.

Sassoli de Bianchi, alla guida di Upa dal 2007, è fondatore e presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli ha anche fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano.

In questi anni sotto la guida di Sassoli, Upa, sottolinea l'associazione, si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle gare creative e media. Di rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva.

Rar

Copyright askanews(c) 2015

Milano, 10 FEB 2021 11:15



Associazioni Lorenzo Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza di UPA per un altro triennio: «Il 2020 verso il -10%, cauto ottimismo per il 2021, la ripresa si consolida. Il 7 luglio il Summit»



Lorenzo
Sassoli de Bianchi

Il Presidente di Valsoia, che guiderà ancora l'associazione fino al 2023, commenta positivamente la ritrovata coesione delle imprese anche sul fronte degli investimenti e conferma gli impegni su blockchain e total audience e l'alleanza con UNA

Con realismo e con le dovute cautele, tendo a essere fiducioso per questo anno che è appena iniziato ma che sta dando già forti segnali di discontinuità rispetto al 2020 e di volontà di ripresa». Inizia così il commento che Lorenzo Sassoli de Bianchi rilascia a DailyMedia sulla situazione in atto e i suoi sviluppi dopo la sua conferma all'unanimità, due giorni fa, da parte di un Consiglio Direttivo anch'esso tutto confermato dall'assemblea dei giorni precedenti, alla presidenza di UPA

per un altro triennio, dal 2021 al 2023. Sassoli guida l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione dal 2007 ma mai come questa volta coglie nell'unanimità della sua conferma la volontà da parte delle aziende che ne fanno parte di dare continuità ai molti progetti che UPA ha avviato in una fase ancora così delicata per l'economia e la società.

Presidente, dice questo proprio mentre a livello politico si sta concretizzando un fattore di grande discontinuità...

Mario Draghi conosce benissimo la pubblica amministrazione e le banche, avrà un effetto positivo su tante riforme che una sola parte politica non può attuare e darà un'ulteriore spinta alla coesione del Paese. Ma la voglia di ripartenza era già in atto, il recupero di fiducia da parte delle aziende era già visibile anche nell'ultima parte dell'anno, anche dal punto di vista della comunicazione, tant'è che anche

noi stessi siamo convinti che, a consuntivo, gli scorsi 12 mesi chiuderanno qualche decimale oltre il -10% rispetto alla nostra ultima stima del -12%, che è poi la cifra certificata anche da Nielsen per il periodo gennaio-novembre.

Al momento però la situazione è tutt'altro che risolta e resta molto delicata...

Beh, stime su questi 12 mesi ancora non ne facciamo, potremo dire qualcosa a marzo dopo la prima delle nostre consuete survey interne, anche se è difficile pensare già a un ritorno al segno più, ma sicuramente il sistema industriale sta ritrovando coesione e le aziende hanno dimostrato di aver capito già da qualche tempo che c'è un'opportunità di rilancio dei consumi legata anche alla maggior esposizione ai media da parte della gente e dei consumatori.

In più quest'anno ci saranno anche Europei di calcio e ▶



DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXXI 025

giovedì 11 febbraio 2021

p. 14

Olimpiadi...

Questo, come sempre avviene in occasione dei grandi eventi sportivi, favorirà l'aumento delle audience e ciò, per la pubblicità, è naturalmente interessante; ma direi che, per ovvie ragioni, c'è già stato e sta proseguendo un alto trend espositivo ai mezzi per restare informati e aggiornati: cosa che non riguarda solo la televisione, ma anche la radio, i giornali e i loro siti.

Ma sul digitale ci sono ancora molte ombre, come anche UPA costantemente rileva e sottolinea, sia dal punto di vista informativo che della gestione degli investimenti...

Anche su questo fronte c'è però un cauto ottimismo, c'è un dibattito all'interno degli OTT da cui ci aspettiamo dei miglioramenti sul fronte della fiscalità, del rispetto del copyright e delle misurazioni terze: l'aria sta cambiando, diciamo che spero che nel triennio del mio nuovo mandato le cose si sistemino. In parallelo, continuiamo a sviluppare il progetto di blockchain, mirato a garantire trasparenza sull'acquisto degli spazi pubblicitari. Oggi, di circa il 15% degli investimenti digitali, non è nota la destinazione finale e all'editore che ospita le campagne digitali non arriva più del 30-35% dell'investimento complessivo. La blockchain che, tra l'altro, sarebbe la prima a livello internazionale in questo settore e che ci auguriamo sia operativa entro l'anno, permetterebbe di certificare ogni livello di transazione, e di avere quindi più efficacia degli investimenti, minor dispersione delle risorse e rischi reputazionali per le marche. Stiamo implementando inoltre la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione.

Anche il vostro progetto di total audience servirà alla causa...

A novembre la pubblicità online valeva il 42% del totale, più o meno pari a quella della tv, sono oltre 2,9 miliardi di euro: lo sviluppo del digitale continua ed è molto importante per il rilancio e la crescita dell'economia e del sistema-Paese; per questo stiamo lavorando perché la nostra iniziativa di fusione tra Audiweb e Audipress si realizzi velocemente, aiutando i player editoriali e quelli nativi digitali ad avere e a fornire al mercato una misurazione condivisa delle audience. Sempre e soprattutto in logica di trasparenza. Ci vogliono tempi tecnici ed esiti delle varie e necessarie gare, ma penso che dall'inizio del 2022 sarà operativa.

Come sarà il Summit di quest'anno?

Intanto lo posso anticipare che, come sempre, sarà il primo mercoledì di luglio, quindi il 7. Se poi avverrà in presenza, da remoto o phygital, ancora non è dato sapere. Un motivo in più, anche se non quello prioritario, per augurarsi che la campagna vaccinale vada avanti più velocemente di quanto non sia stato fatto finora, con soltanto 1,2 milioni di dosi somministrate; a questi ritmi ci vorrebbero tre anni. Finora la cosa è stata gravemente sottovalutata, il turismo, che rappresenta il 13% del PIL, aspetta di ripartire. Sarà importante anche una comunicazione efficace, rassicurante, che punti anche su opinion leader e influencer di alto livello. Anche perché prima si sistemerà questa problematica, altrettanto prima si potrà partire anche con il piano di promozione del made in Italy nel mondo. E' un altro terreno su cui si rafforzerà ulteriormente anche la collaborazione con UNA che ora vedo ancora più forte grazie



all'ottimo lavoro associativo che è riuscita a fare e con la quale già collaboriamo come una sol cosa su molte tematiche, come quella già citata delle audience.

Il Consiglio Direttivo

Presidente:

LORENZO SASSOLI de

BIANCHI Presidente VALSOIA

SILVIA BAGLIANI Presidente

e Amministratore Delegato

MONDELEZ ITALIA

MICHELE BAULI Presidente

BAULI

MAURIZIO BERETTA Head of

Group Institutional & Cultural

Affairs UNICREDIT

BERNADETTE BEVACQUA

Presidente e Amministratore

Delegato HENKEL ITALIA

CORRADO BIANCHI

Amministratore Delegato

PERFETTI VAN MELLE

MARCELLO BINDA

Amministratore Delegato BINDA

ITALIA

NICCOLO' BRANCA DI

ROMANICO Presidente e

Amministratore Delegato

GRUPPO BRANCA INTERNATIONAL

S.P.A.

GIANLUCA CORTI Chief

Commercial Officer WIND TRE SPA

ALESSANDRO D'ESTE

Presidente e Amministratore

Delegato FERRERO COMMERCIALE

ITALIA SPA

CLAUDIO DE CONTO

Amministratore Delegato

GRUPPO ARTSANA

FRANCESCO DEL PORTO

Global Chief Customer Officer &

President Region Italy BARILLA G.

E. R. F.LLI

ANNA SILVIA FELLEGERA

Head of Global Advertising, Brand

Engagement & Content Strategy

ENEL

FRANÇOIS-XAVIER FENART

Presidente e Amministratore

Delegato L'OREAL ITALIA

CRISTIANO FIORIO Head of

brand Marketing Communication

STELLANTIS

FULVIO GUARNERI Presidente

UNILEVER ITALIA

LORENZA GUERRA

SERAGNOLI Consigliere

d'Amministrazione MONTENEGRO

ANDREA IMPERIALI DI

FRANCAVILLA Senior VP Image

and Brand Equity Management

PIRELLI & C.

MATTHIJS KRAMER Marketing

Director Italia CAMPARI GROUP

LUCA JOSI Brand Strategy Media

& Multimedia Entertainment

TELECOM ITALIA

MAURA LATINI Direttore

Generale COOP ITALIA

GIUSEPPE LAVAZZA Vice

Presidente LUIGI LAVAZZA

ANNA ELISA MESSA Senior Vice

President Identity Communication

ENI SPA

GIANPIERO MORBELLO Head

of Brand Strategy & IoT HAIER

EUROPE

MARINA NISSIM Executive

Chairwoman BOLTON GROUP

DEBORA PAGLIERI Presidente

e Amministratore Delegato

PAGLIERI

MARCO PALMIERI Presidente

e Amministratore Delegato

PIQUADRO

FABRIZIO PASCHINA Executive

Director Communication and

Image INTESA SANPAOLO

LORENZA PIGOZZI Direttore

Comunicazione e Marketing

GRUPPO MEDIOBANCA

ALESSANDRO PITTALUGA

Amministratore Delegato

GALBUSERA

CARLO PREVE Amministratore

Delegato RISO GALLO

FRANCESCO PUGLIESE

Amministratore Delegato e

Direttore Generale CONAD

ANDREA ROSSINI Strategy,

Business Transformation &

Wholesale Director VODAFONE

ALBERTO SALVIA Country

manager EDP Italy & Greece

DANONE

MARCO TRAVAGLIA Presidente

e Amministratore Delegato (Italia

e Malta) NESTLE' ITALIA

ITALIA
NOMINE

UPA: Lorenzo Sassoli de Bianchi riconfermato alla presidenza per il prossimo triennio

Lorenzo Sassoli de Bianchi è stato riconfermato all'unanimità presidente di Upa per il prossimo triennio.

In questi anni, sotto la guida di Sassoli l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle gare creative e media.

Di particolare rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di

una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale.

Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva.

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano.

Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, "La Luna Rossa".

L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023, [visibile a questo indirizzo](#).



Brand News

Direttore responsabile: Nicola Zonca

Redazione: Francesca Bernardi, Luca Orma, Armida Cuzzocrea

Testata registrata presso il Tribunale di Milano
n° 563 del 25/11/2011

La riproduzione anche parziale è vietata senza
l'autorizzazione scritta dell'editore
partita iva 07599810962
ISSN 2499-8095

Per i comunicati: redazione@brand-news.it

Per la pubblicità: admin@brand-news.it

Editrice: Brand News Media Group S.r.l.
Piazza Tommaseo 2/a, Milano.
Tel: 331/4534441

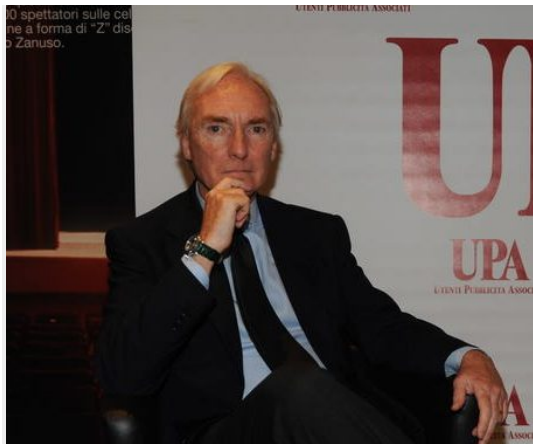
PRIMA ONLINE - 10 FEBBRAIO 2021

Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza Upa fino al 2023. “Trasparenza del mercato, piattaforme tecnologiche, sostegno al sistema media”

10/02/2021 | 17:45



Il Consiglio Direttivo di UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza dell'Associazione per il prossimo triennio.



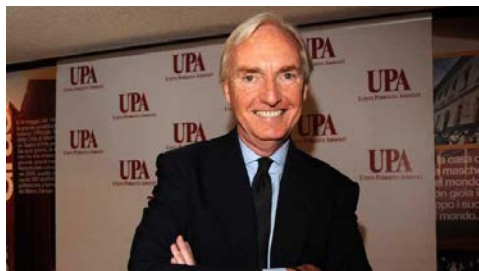
Lorenzo Sassoli de Bianchi

In questi anni, sotto la guida di Sassoli UPA si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle gare creative e media.

Di particolare rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'Associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva.

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, “La Luna Rossa”.

L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023.



Lorenzo Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza UPA per il triennio 2021-2023. "Pubblicità in ripresa, chiusura 2020 a -10%. Il clima di ritrovata fiducia fa sperare in un ritorno a un segno positivo nel 2021"

Il fondatore e presidente di Valsoia, in un'intervista al Corriere, annuncia stime migliori per il mercato pubblicitario 2020 rispetto al - 12% previsto a dicembre, evidenziando un rinnovato clima di fiducia tra le imprese, anche in seguito all'incarico a Mario Draghi che fa ben sperare per il 2021. Impegno per trasparenza ed efficienza del mercato, nuove piattaforme tecnologiche, sostegno al sistema dei media e della comunicazione tra le priorità del suo sesto mandato alla guida dell'associazione.

Il Consiglio Direttivo di **UPA**, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, **Lorenzo Sassoli de Bianchi**

alla presidenza dell'Associazione per il prossimo triennio.

In questi anni, sotto la guida di Sassoli UPA si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, **il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale**, la **Digital Chart** realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le **linee guida per la gestione delle gare creative e media**.

Di particolare rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'Associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: **la piattaforma Nessie**, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il **progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema**, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare **il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva**.

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di UPA dal 2007, in un'intervista al Corriere, ha fornito previsioni più ottimistiche per la chiusura 2020 del mercato pubblicitario a -12%, già annunciata anche ad ADVexpress. "A fronte di una contrazione degli investimenti in pubblicità da parte delle aziende fino a maggio 2020 del 23,8%, poi gradualmente minore, avevamo previsto nel corso dell'anno una chiusura negativa del 12%. Invece, dagli ultimi dati ci aspettiamo possa chiudere con una flessione del **10%**. Gli investimenti pubblicitari di solito anticipano le tendenze dell'economia e la stimolano, perché uno dei punti di fondo è rimettere in circolo i 150 miliardi di risparmi che gli italiani hanno accumulato nel 2020, che possono far ripartire i consumi. È una questione di fiducia, che pare stia tornando come vediamo dagli indicatori: **da ottobre si respira da parte delle imprese, ma non solo, un clima di ritrovata fiducia**, che ora si fonda anche sulla ritrovata coesione del Paese» ha dichiarato al Corriere.

«I segni di una voglia di ripartenza erano evidenti già nell'ultima fase dello scorso anno. Ma certamente l'incarico a Draghi aumenta il sentimento di coesione e di fiducia, accresce le aspettative di riforme necessarie per superare la crisi. E di azioni più efficaci per sconfiggere la pandemia, come una forte campagna vaccinale" ha sottolineato Sassoli.

Anche per il 2021 il manager ha anticipato: "Dopo lo smarrimento iniziale di fronte alla pandemia, la seconda parte del 2020 ha visto una ripresa significativa della fiducia e quindi degli investimenti pubblicitari, tanto da farci sperare in un **2021 con segno positivo**».

Grande attenzione alla pubblicità digitale, leva sempre più strategica, che "a novembre 2020 valeva circa il 42% del totale, pari quasi a quella tv, superando 2,9 miliardi all'anno. Lo sviluppo del digitale è molto importante e anche quello delle regole che lo riguardano, tanto è vero che Upa sta lavorando nella direzione di una sempre maggiore trasparenza". A riguardo Sassoli ha ricordato il percorso di fusione avviato, su iniziativa di Upa, da Audiweb e Audipress, per aiutare i grandi brand editoriali e nativi digitali ad avere una misurazione condivisa della total audience.

Parlando delle questioni prioritarie da affrontare in Upa, il presidente ha evidenziato la **riforma della Rai** e, tra quelle al centro del suo mandato "La **blockchain**, con un progetto di trasparenza all'interno del mondo digitale, nello specifico sull'acquisto degli spazi pubblicitari, oggi affidato a una lunga e spesso opaca, catena di operatori".

Importante anche la **formazione**. "Dobbiamo investire ancora di più sui giovani e aiutare le aziende a interpretare i grandi cambiamenti in corso. Intendiamo ampliare l'offerta con partnership di eccellenza come quella con il Politecnico di Milano" ha concluso il manager.

Sassoli de Bianchi, ricordiamo, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, "La Luna Rossa".

L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023, il cui elenco completo è visibile a [questo indirizzo](#).

YOUMARK – 10 febbraio 2021

Lorenzo Sassoli de Bianchi confermato alla presidenza UPA per il triennio 2021-2023



Il Consiglio Direttivo di UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, Lorenzo Sassoli de Bianchi alla presidenza dell'associazione per il prossimo triennio.

In questi anni, sotto la guida di Sassoli UPA si è fatta promotrice di diverse iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Tra queste, il Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale, la Digital Chart realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, **le linee guida per la gestione delle gare creative e media.**

Tra i progetti più recenti che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la piattaforma Nessie, prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura blockchain di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. Importanti anche le proposte e le azioni orientate a rafforzare e tutelare il mondo dell'editoria e dell'emittenza televisiva.

Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di Valsoia, azienda operante nel settore

dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, che ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano, ha al suo attivo diverse pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 ha pubblicato con Sperling & Kupfer il suo primo romanzo, 'La Luna Rossa'.

L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023, il cui elenco completo è visibile a [questo indirizzo](#).

ENGAGE - 11 FEBBRAIO 2021

UPA, SASSOLI CONFERMATO ALLA PRESIDENZA PER IL PROSSIMO TRIENNIO



Lorenzo Sassoli de Bianchi

Il Consiglio Direttivo dell'**UPA**, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione, ha confermato, all'unanimità, **Lorenzo Sassoli de Bianchi** alla presidenza dell'associazione per il prossimo triennio.

Sassoli, alla guida di UPA dal 2007, è fondatore e Presidente di **Valsoia**, azienda operante nel settore dell'alimentazione naturale, quotata alla Borsa di Milano.

Sotto la sua guida, UPA si è fatta promotrice di numerose iniziative tese a una maggiore trasparenza delle dinamiche di mercato. Negli ultimi anni in particolare spiccano il [Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale](#), la **Digital Chart** realizzata insieme all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, le linee guida per la gestione delle [gare creative e media](#).

Di particolare rilievo i progetti più recenti e innovativi nati in seno all'Associazione, che vedranno un ulteriore sviluppo nei prossimi anni: la [piattaforma Nessie](#), prima iniziativa a livello nazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione, e il progetto esecutivo per lo sviluppo di una infrastruttura **blockchain** di sistema, finalizzata a migliorare sicurezza, affidabilità ed efficienza del mercato dell'advertising digitale. L'Assemblea dell'Associazione nei giorni scorsi ha anche ratificato la nomina dei membri del Consiglio Direttivo per il triennio 2021-2023, il cui elenco completo è visibile [a questo indirizzo](#).