

# ‘Influencer Marketing 2022’, il 18 ottobre al Teatro Parenti la seconda edizione dell’evento organizzato da UPA

6 Ottobre 2022

Si terrà martedì 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano e in diretta streaming la seconda edizione di ‘**Influencer Marketing**’, l’evento ideato da **UPA**, per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari. **Tra gli argomenti trattati la convergenza crossmediale degli influencer, gli sviluppi Web3, l’ampliamento del funnel di marketing e il rapporto fra le diverse tipologie di influencer.**

L’evento sarà anche l’occasione per parlare degli impatti sociali, culturali e politici degli influencer: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui parteciperà anche **Stefano Feltri**, Direttore di ‘Domani’ e Autore del saggio ‘Il partito degli influencer’.

**Non mancheranno i creator:** saliranno sul palco **Diletta Secco**, food creator di Giallozafferano, e **Marco Bianchi**, food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi. Inoltre, durante il lunch, è previsto un momento di showcooking a cura dello **chef Daniele Rossi**, food creator di Giallozafferano.

L’edizione 2022 di Influencer Marketing è supportata dai partner Buzzoole, Content Garage, FortyDegrees, Google, GroupM, Mondadori Media, Open Influence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna e si avvale della media partnership di Influencer e Telesia.

## L’agenda completa del convegno

Ore 9-9.30  
Registrazione e Welcome coffee

### **SESSIONE DELLA MATTINA**

Ore 9.30-9.45  
Introduzione  
**Lorenzo Sassoli de Bianchi**, Presidente UPA

Ore 9.45-10  
Presentazione di Influencer Marketing 2022  
**Alberto Vivaldelli**, Responsabile digital UPA  
**Elisabetta Corazza**, Digital Marketing & Strategist Consultant

Ore 10-10.15

**Influencer marketing: definizioni, numeri e scenari**

**Eliza Frascaro**, Head of Research Southern Europe & MEA Toluna

10.15-11

**Dall'istinto alla strategia: Il planning strategico a supporto dell'Influencer marketing**

**Alessia Valneri**, Research Director GroupM

**Antonello D'Elia**, Consulting Manager GroupM

Con l'intervento degli Head of Content delle agenzie GroupM

**Daniela Baldassarre** (Mindshare)

**Luana Giupponi** (MediaCom)

**Antonio Severino** (Wavemaker)

11-11.20

**Influencer marketing: scenario e trend nel contesto dei media**

**Domenico Susca**, Sales Manager Sensemakers

11.20-11.40

**Aggiornamenti normativi e contrattuali**

**Paolina Testa**, Avvocato Studio FTCC

11.40-12

**Influencer marketing: from celebrities to community**

**Anna Bongiorno**, Social Brand Lead Ray-Ban

**Giulia Pellerani**, PR Manager Luxottica

12-12.20

**Influencer Marketing: dove stiamo andando? I trend globali**

**Marco Marranini**, CEO OpenInfluence Italia

12.20-12.40

**YouTube: the world is made of what you love**

**Irene Montone**, Media and Creative Business Lead Google Italy

12.40-13

**La forma perfetta della comunicazione**

**Andrea Santagata**, Direttore Generale Mondadori Media

**Diletta Secco**, Food creator di Giallozafferano

13-14.30

Networking lunch

Showcooking con lo chef **Daniele Rossi**, food creator di Giallozafferano

**SESSIONE DEL POMERIGGIO**

14.30-14.50

**L'importanza del talent management nell'influencer marketing**

**Pasquale Arria**, Founder & CEO Realize Networks

**Marco Bianchi**, Food mentor e divulgatore scientifico per fondazione Veronesi

14.50-15.10

**Dall'influencer marketing alla creator strategy – analizzare, progettare, co-creare**  
**Matteo Pogliani**, CEO 40 Degrees

15.10-15.30

**Influencer Aumentato: nuova umanità e nuovi modelli di business per i creator nel web3**

**Gianluca Perrelli**, CEO Buzzoole

15.30-15.50

**The myths of influencer marketing**

**Filadelfo Aparo**, Consumer Market Strategist TI Southern Europe TERRITORY Influence (Bertelsmann Group)

15.50-16.10

**Trust is the new love**

**Melissa Lee**, Brand Advocacy, Innovation & Consumer Care Manager L'Oréal

16.10-16.30

**Influencer Marketing: l'esperienza di Henkel Italia**

**Matteo Giarrizzo**, Global Media Ad Tech Lead – Henkel

16.30-17.30

**Tavola rotonda sugli impatti sociali, culturali e politici degli influencer**

**Stefano Feltri**, Direttore di Domani e Autore di 'Il partito degli influencer'

**Davide Bennato**, Professore di Sociologia dei media digitali Università di Catania

**Vincenzo Guggino**, Segretario generale IAP

**Raffaele Pastore**, Direttore generale UPA

Engage.it

06/10/2022

di Alessandra La Rosa

## INFLUENCER MARKETING 2022, IL 18 OTTOBRE AL TEATRO PARENTI LA SECONDA EDIZIONE DELL'EVENTO ORGANIZZATO DA UPA



Ascolta questo articolo ora...

Riflettori puntati sul fenomeno dell'influencer marketing, il 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano, in occasione della seconda edizione dell'evento "**Influencer Marketing**" ideato da **UPA**, l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in comunicazione pubblicitaria in Italia, per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari. L'evento sarà trasmesso anche in streaming.

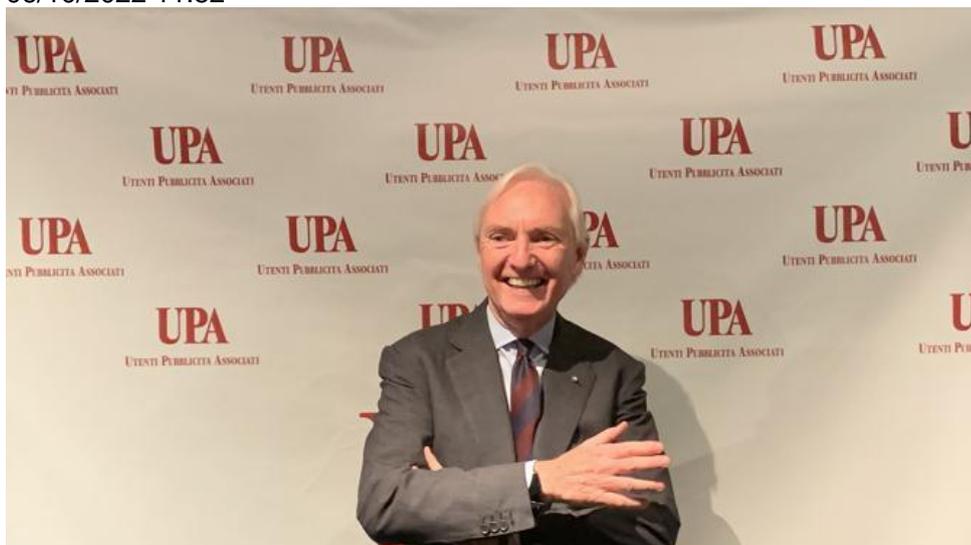
Grazie ai numerosi interventi in agenda, il convegno offrirà ai partecipanti una panoramica del tema dell'influencer marketing, analizzato da più punti di vista. **L'analisi puntuale dello scenario attuale e dei principali trend di mercato** sarà seguita nel corso della giornata dalla presentazione di alcune **case history** aziendali (**Henkel, L'Oréal, Luxottica**) e dalle testimonianze di importanti operatori del settore.

Tra gli argomenti trattati la **convergenza crossmediale degli influencer**, gli **sviluppi Web3**, l'**ampliamento del funnel di marketing** e il **rapporto fra le diverse tipologie di influencer**.

L'evento sarà anche l'occasione per parlare degli **impatti sociali, culturali e politici degli influencer**: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui parteciperà anche **Stefano Feltri**, Direttore di "Domani" e Autore del saggio "Il partito degli influencer".

Naturalmente non mancheranno i creator: saliranno sul palco **Diletta Secco**, food creator di Giallozafferano, e **Marco Bianchi**, food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi. Inoltre, durante il lunch, è previsto un momento di showcooking a cura dello chef **Daniele Rossi**, food creator di Giallozafferano.

L'edizione 2022 di Influencer Marketing è supportata dai partner **Buzzoole, Content Garage, FortyDegrees, Google, GroupM, Mondadori Media, Open Influence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna** e si avvale della media partnership di **Influenxer** e **Telesia**. Per iscriversi e consultare l'agenda completa è a disposizione [questo link](#).



## “Influencer Marketing 2022”, Upa presenta la seconda edizione il 18 ottobre a Milano con analisi del tema e dello scenario. Tra gli ospiti: i creator di Giallozafferano, il food mentor Marco Bianchi

In programma una tavola rotonda che vedrà tra i panelist Stefano Feltri, direttore di “Domani” e autore del saggio “Il partito degli influencer”, e la presentazione delle case history aziendali di Henkel, L’Oréal, Luxottica

**Si terrà martedì 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano e in diretta streaming la seconda edizione di Influencer Marketing**, l’evento ideato da **UPA**, l’Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in comunicazione pubblicitaria in Italia, per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari (nella foto il presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi).

Grazie ai numerosi interventi in agenda, il convegno offrirà ai partecipanti una panoramica del tema dell’influencer marketing, analizzato da più punti di vista. L’analisi puntuale dello scenario attuale e dei principali trend di mercato sarà seguita nel corso della giornata dalla presentazione di alcune case history aziendali significative (**Henkel, L’Oréal, Luxottica**) e dalle testimonianze di importanti operatori del settore. Tra gli argomenti trattati la convergenza crossmediale degli influencer, gli sviluppi Web3, l’ampliamento del funnel di marketing e il rapporto fra le diverse tipologie di influencer.

L’evento sarà anche l’occasione per parlare degli impatti sociali, culturali e politici degli influencer: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui

parteciperà anche **Stefano Feltri, Direttore di “Domani” e Autore del saggio “Il partito degli influencer”**. Non mancheranno i creator: saliranno sul palco **Diletta Secco, food creator di Giallozafferano, e Marco Bianchi, food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi**. Inoltre, durante il lunch, è previsto un momento di **showcooking a cura dello chef Daniele Rossi, food creator di Giallozafferano**.

L'edizione 2022 di Influencer Marketing è supportata dai partner **Buzzoole, Content Garage, FortyDegrees, Google, GroupM, Mondadori Media, Open Influence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna** e si avvale della **media partnership di Influencer e Telesia**.

Agenda del convegno

**Ore 9-9.30**

Registrazione e Welcome coffee

SESSIONE DELLA MATTINA

**Ore 9.30-9.45**

Introduzione

Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

**Ore 9.45-10**

Presentazione di Influencer Marketing 2022

Alberto Vivaldelli, Responsabile digital UPA

Elisabetta Corazza, Digital Marketing & Strategist Consultant

**Ore 10-10.15**

Influencer marketing: definizioni, numeri e scenari

Eliza Frascaro, Head of Research Southern Europe & MEA Toluna

**10.15-11**

Dall'istinto alla strategia: Il planning strategico a supporto dell'Influencer marketing  
Alessia Valneri, Research Director GroupM

Antonello D'Elia, Consulting Manager GroupM

Con l'intervento degli Head of Content delle agenzie GroupM

Daniela Baldassarre (Mindshare)

Luana Giupponi (MediaCom)

Antonio Severino (Wavemaker)

**11-11.20**

Influencer marketing: scenario e trend nel contesto dei media

Domenico Susca, Sales Manager Sensemakers

**11.20-11.40**

Aggiornamenti normativi e contrattuali

Paolina Testa, Avvocato Studio FTCC

**11.40-12**

Influencer marketing: from celebrities to community

Anna Bongiorno, Social Brand Lead Ray-Ban

Giulia Pellerani, PR Manager Luxottica

**12-12.20**

Influencer Marketing: dove stiamo andando? I trend globali

Marco Marranini, CEO OpenInfluence Italia

**12.20-12.40**

YouTube: the world is made of what you love

Irene Montone, Media and Creative Business Lead Google Italy

**12.40-13**

La forma perfetta della comunicazione

Andrea Santagata, Direttore Generale Mondadori Media

Diletta Secco, Food creator di Giallozafferano

**13-14.30**

Networking lunch

Showcooking con lo chef Daniele Rossi, food creator di Giallozafferano

**SESSIONE DEL POMERIGGIO**

**14.30-14.50**

L'importanza del talent management nell' influencer marketing

Pasquale Arria, Founder & CEO Realize Networks

Marco Bianchi, Food mentor e divulgatore scientifico per fondazione Veronesi

**14.50-15.10**

Dall'influencer marketing alla creator strategy - analizzare, progettare, co-creare Matteo Pogliani, CEO 40 Degrees

**15.10-15.30**

Influencer Aumentato: nuova umanità e nuovi modelli di business per i creator nel web3. Gianluca Perrelli, CEO Buzzoole

**15.30-15.50**

The myths of influencer marketing

Filadelfo Aparo, Consumer Market Strategist TI Southern Europe TERRITORY  
Influence (Bertelsmann Group)

**15.50-16.10**

Trust is the new love

Melissa Lee, Brand Advocacy, Innovation & Consumer Care Manager L'Oréal

**16.10-16.30**

Influencer Marketing: l'esperienza di Henkel Italia

Matteo Giarrizzo, Global Media Ad Tech Lead - Henkel

**16.30-17.30**

Tavola rotonda sugli impatti sociali, culturali e politici degli influencer

Stefano Feltri, Direttore di Domani e Autore di "Il partito degli influencer"

Davide Bennato, Professore di Sociologia dei media digitali Università di Catania

Vincenzo Guggino, Segretario generale IAP

Raffaele Pastore, Direttore generale UPA



**Influenxer.it**

**OTTOBRE 3, 2022**

A fare da collante tra le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia c'è l'associazione **UPA**: Utenti pubblicità associati.

Il **18 ottobre al Teatro Franco Parenti di Milano**, è in programma la seconda edizione ideata da UPA di **"Influencer Marketing"**. Un evento che vuole evidenziare l'importanza strategica degli influencer/creator e la necessità di approcci professionali sempre più solidi nel mercato.

In attesa di seguire l'evento abbiamo intervistato **Alberto Vivaldelli**: responsabile digital di UPA.

### **Qual è il ruolo di UPA rispetto alle possibilità offerte dal mondo dell'influencer marketing?**

L'influencer marketing si è "imposto" spontaneamente nei temi affrontati in associazione fin dal 2015, quando le aziende hanno iniziato a segnalarlo come un trend in grande crescita. Il **focus** inizialmente era sulla **trasparenza**, sulla **correttezza** della competizione nel mercato e sulla necessità di **fornire un'adeguata autoregolamentazione**. Fase che si è conclusa con la pubblicazione da parte dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria della **Digital Chart**, un documento a cui la commissione giuridica UPA ha fornito un importante contributo. La crescita del mercato dell'influencer marketing è continuata senza pause e ci ha convinto ad organizzare nel 2021 un evento pubblico interamente dedicato a questa leva di comunicazione, per la quale abbiamo fra l'altro stimato un investimento pubblicitario pari a 272 milioni € nel mercato italiano. Come UPA intendiamo **supportare le aziende nell'aggiornamento costante su questa disciplina**, che cambia moltissimo da un anno con l'altro, nel portare all'attenzione del mercato le priorità dei brand e nell'evidenziare alcuni **approcci innovativi** ed efficaci dei player che intercettiamo.

## **Pensate di redigere un nuovo Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale?**

Al momento non è previsto ma si è trattato di un'iniziativa di grande importanza divulgativa, che a distanza di 5 anni andrebbe ripercorsa e aggiornata. L'influencer marketing oggi dovrebbe occuparvi un ruolo di grande rilievo.

## **Che tipo di relazione intrattiene UPA con gli influencer, le agenzie di creator e con le piattaforme social?**

Chiaramente siamo **in contatto con tutti i principali operatori del mercato pubblicitario** che lavorano con influencer e creator: agenzie, mezzi, concessionarie, piattaforme, case di produzione, etc. Sondiamo costantemente le novità di mercato e quelle che ci sembrano più significative le portiamo all'interno del nostro convegno. Il nostro rapporto con influencer/creator è più mediato ma grazie all'evento annuale ci siamo accreditati sul mercato ed anche agenzie di talent e singoli creator ci ascoltano volentieri e si prestano per partecipare a incontri rivolti ad una platea di manager. Devo dire che lavorare su questo tema è una bella iniezione di freschezza ed entusiasmo.



Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital in Upa

### **Come tracciate la dimensioni degli investimenti relativi alle attività di influencer marketing?**

Attraverso una survey presso i nostri associati, che costituiscono un campione significativo del mercato (**UPA rappresenta circa l'85% degli investimenti media in Italia**).

### **Che tipo di riscontri avete negli altri mercati europei in relazione al settore dell'influencer marketing?**

I riscontri sono **abbastanza omogenei** in tutti i Paesi, in termini di crescita del mercato e di sfide regolatorie. È **diverso** in alcuni mercati più lontani, per esempio la **Cina**, dove il ruolo degli influencer nelle scelte di consumo è molto più pervasivo che in Europa. O negli Stati Uniti dove il ruolo degli influencer ha già assunto stabilmente nuove connotazioni che si cominciano a intravedere da noi, ad esempio un **ruolo politico diretto o indiretto** sempre più importante. Rispetto agli altri Paesi europei tuttavia l'Italia ha una delle percentuali più alte di influencer sul totale popolazione:

per questo si tratta di un segmento di mercato che potrà svilupparsi da noi più della media europea.

**Il 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano è in programma la seconda edizione dell'evento "Influencer Marketing" ideato da UPA per evidenziare l'importanza strategica degli influencer/creator. Cosa cambierà rispetto alla prima edizione?**

La prima edizione è stata un successo che è andato oltre le nostre aspettative. Confermarsi è una sfida difficile ed è per questo che abbiamo per l'edizione in arrivo deciso **un mix fra continuità ed innovazioni**. Fra le novità: presenteremo una **ricerca sugli atteggiamenti dei consumatori nei confronti degli influencer**; avremo per la prima volta uno spazio importante dedicato a un centro media, che ci aiuterà a inserire strategicamente il ruolo degli influencer negli investimenti media. Ospiteremo player molto significativi che si occupano delle diverse anime dell'influencer marketing: creator, celebrity, micro-nano influencer, communities, influencer virtuali. Oltre alla presenza diretta di **YouTube**. Prevederemo inoltre due nuovi format ad alto coinvolgimento: un **live show** durante il lunch e una **tavola rotonda conclusiva** dedicata agli impatti sociali degli influencer. **Stefano Feltri**, direttore di Domani e autore del saggio "Il partito degli influencer" ci accompagnerà nel comprendere meglio il loro ruolo politico. Confermatissima invece la presenza delle **aziende** sul palco: fra le altre già confermate **Luxottica, L'Oreal, Henkel**.



## Incontri Influencer Marketing: martedì 18 ottobre al Teatro Parenti la seconda edizione dell'evento di UPA

Tra le novità dell'edizione 2022 la presenza dei creator di Giallozafferano Diletta Secco e Daniele Rossi, il food mentor Marco Bianchi, e una tavola rotonda che vedrà tra i panelist Stefano Feltri, direttore di "Domani" e autore del saggio "Il partito degli influencer"

**S**i terrà martedì 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano e in diretta streaming la seconda edizione di Influencer Marketing, l'evento ideato da UPA per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari. Tra gli argomenti trattati la convergenza crossmediale degli influencer, gli sviluppi Web3, l'ampliamento del funnel di marketing e il rapporto fra le diverse tipologie di influencer. L'evento sarà anche l'occasione per parlare degli impatti sociali, culturali e politici degli influencer: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui parteciperà anche Stefano Feltri, Direttore di "Domani" e Autore del saggio "Il partito degli influencer". Naturalmente non mancheranno i creator: saliranno sul palco Diletta Secco, food creator di Giallozafferano, e Marco Bianchi, food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi. Inoltre, durante il lunch, è previsto un momento di showcooking a cura dello chef Daniele Rossi, food creator di Giallozafferano. L'edizione 2022 di Influencer Marketing è supportata dai partner Buzzcoole, Content Garage, FortyDegrees, OpenInfluence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna e si avvale della media partnership di Influencer e Telesia.



Google, GroupM, Mondadori Media, Open Influence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna e si avvale della media partnership di Influencer e Telesia.

### Agenda

Ore 9-9.30  
Registrazione e Welcome coffee

### SESSIONE DELLA MATTINA

Ore 9.30-9.45

#### Introduzione

Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

Ore 9.45-10

#### Presentazione di Influencer Marketing 2022

Alberto Vivaldelli, Responsabile digital UPA

Elisabetta Corazza, Digital Marketing & Strategist Consultant

Ore 10-10.15

#### Influencer marketing: definizioni, numeri e scenari

Eliza Frascaro, Head of Research Southern Europe & MEA Toluna

10.15-11

#### Dall'istinto alla strategia: Il planning strategico a supporto dell'Influencer marketing

Alessia Valneri, Research Director GroupM

Antonello D'Elia, Consulting Manager GroupM

Con l'intervento degli Head of Content delle agenzie GroupM

Daniela Baldassarre (Mindshare)

Luana Giupponi (MediaCom)

Antonio Severino (Wavemaker)

11-11.20

#### Influencer marketing: scenario e trend nel contesto dei media

Domenico Susca, Sales Manager Sensemakers

11.20-11.40

#### Aggiornamenti normativi e contrattuali

Paolina Testa, Avvocato Studio FTCC

11.40-12

#### Influencer marketing: from celebrities to community

Anna Bongiorno, Social Brand Lead Ray-Ban

Giulia Pellerani, PR Manager Luxottica

12-12.20

#### Influencer Marketing: dove stiamo andando? I trend globali

Marco Marranini, CEO OpenInfluence Italia

12.20-12.40

#### YouTube: the world is made of what you love

Irene Montone, Media and Creative Business Lead Google Italy

12.40-13

#### La forma perfetta della comunicazione

Andrea Santagata, Direttore Generale Mondadori Media Diletta Secco, Food creator di Giallozafferano

13-14.30

#### Networking lunch

Showcooking con lo chef Daniele Rossi, food creator di Giallozafferano

### SESSIONE DEL POMERIGGIO

14.30-14.50

#### L'importanza del talent management nell'influencer marketing

Paquale Arria, Founder & CEO Realize Networks

Marco Bianchi, Food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi

14.50-15.10

#### Dall'influencer marketing alla creator strategy - analizzare, progettare, co-creare

Matteo Pogliani, CEO 40 Degrees

15.10-15.30

#### Influencer Aumentato: nuova umanità e nuovi modelli di business per i creator nel web3.

Gianluca Perrelli, CEO Buzzcoole

15.30-15.50

#### The myths of influencer marketing

Filadelfo Aparo, Consumer Market Strategist TI Southern Europe

TERRITORY Influence (Berthelmann Group)

15.50-16.10

#### Trust is the new love

Melissa Lee, Brand Advocacy, Innovation & Consumer Care Manager L'Oréal

16.10-16.30

#### Influencer Marketing: l'esperienza di Henkel Italia

Matteo Giarrizzo, Global Media Ad Tech Lead - Henkel

16.30-17.30

#### Tavola rotonda sugli impatti sociali, culturali e politici degli influencer

Stefano Feltri, Direttore di Domani e Autore di "Il partito degli influencer"

Matteo Pogliani, Professore di Sociologia dei media digitali Università di Catania

Vincenzo Guggino, Segretario generale IAP

Raffaele Pastore, Direttore generale UPA

# Appuntamenti Upa vara la seconda edizione di “Influencer Marketing”, il 18 ottobre al Parenti di Milano

Tra le novità, la presenza dei creator di Giallozafferano, Diletta Secco e Daniele Rossi, il food mentor Marco Bianchi, e una tavola rotonda che vedrà tra i panelist Stefano Feltri, direttore di “Domani” e autore del saggio “Il partito degli influencer”

Si terrà martedì 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano e in diretta streaming la seconda edizione di Influencer Marketing, l'evento ideato da UPA, l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in comunicazione pubblicitaria in Italia, per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari. Grazie ai numerosi interventi in agenda, il convegno offrirà ai partecipanti una panoramica del tema dell'in-

fluencer marketing, analizzato da più punti di vista. La giornata sarà caratterizzata dalla presentazione di alcune case history aziendali significative (Henkel, L'Oréal, Luxottica) e dalle testimonianze di importanti operatori del settore. Tra gli argomenti trattati la convergenza crossmediale degli influencer, gli sviluppi Web3, l'ampliamento del funnel di marketing e il rapporto fra le diverse tipologie di influencer. L'evento sarà anche l'occasione per parlare degli impatti sociali, culturali e politici

degli influencer: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui parteciperà anche Stefano Feltri, Direttore di “Domani” e Autore del saggio “Il partito degli influencer”. Naturalmente non mancheranno i creator: saliranno sul palco Diletta Secco, food creator di Giallozafferano, e Marco Bianchi, food mentor e divulgatore scientifico per Fondazione Veronesi. Inoltre, durante il lunch, è previsto un momento di showcooking a cura dello chef Daniele Rossi, food creator di Giallozafferano. L'edizione 2022 di Influencer Marketing è supportata dai partner Buzzoola, Content Garage, FortyDegrees, Google, GroupM, Mondadori Media, Open Influence, Realize Networks, Sensemakers, Territory-Influence, Toluna e si avvale della media partnership di Influencer e Telesia. Le iscrizioni sono aperte al link <https://www.eventbrite.it/e/registrazione-influencer-marketing-2022-381699231677>.

### ITALIA

#### EVENTI

## UPA: il 18 ottobre la seconda edizione di Influencer Marketing



Si terrà martedì 18 ottobre al Teatro Parenti di Milano e in diretta streaming la seconda edizione di Influencer Marketing, l'evento ideato da UPA, l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in comunicazione pubblicitaria in Italia, per fare il punto su questa leva di comunicazione, sempre più strategica per gli investitori pubblicitari.

Grazie ai numerosi interventi in agenda, il convegno offrirà ai partecipanti una panoramica del tema dell'influencer marketing, analizzato da più punti di vista. L'analisi puntuale dello scenario attuale e dei principali trend di mercato sarà seguita nel corso della giornata dalla presentazione di alcune case history aziendali significative (Henkel, L'Oréal, Luxottica) e dalle testimonianze di importanti operatori del settore.

Tra gli argomenti trattati la convergenza crossmediale degli influencer, gli sviluppi Web3, l'ampliamento del funnel di marketing e il rapporto fra le diverse tipologie di influencer. L'evento sarà anche l'occasione per parlare degli impatti sociali, culturali e politici degli influencer: il tema sarà infatti al centro della tavola rotonda conclusiva, a cui parteciperà anche Stefano Feltri, Direttore di "Domani" e Autore del saggio "Il partito degli influencer".

[QUI LE ISCRIZIONI E L'AGENDA DELL'EVENTO](#)