



Eventi Branding e-volution 2026: l'agenda del convegno organizzato il 27 maggio da UPA e POLIMI School of Management

Sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione

È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di Branding e-volution, appuntamento nato dalla collaborazione tra UPA e la POLIMI School of Management del Politecnico di Milano. Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione. Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence. L'edizione 2026 è supportata dai partner: Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Media-

27 maggio 2026 | 9.20 – 13.30

Aula De Carli
Via Giovanni Durando 10,
Milano



plus – House of Communication, Nextplora, RAI Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking. Le iscrizioni sono aperte a questo link: <https://www.som.polimi.it/events/branding-e-volution-2026/>.

L'agenda del convegno

Alle 9:00 accredito e welcome coffee. Alle 9:20 introduzione e apertura dei lavori con Giuliano Noci, Professore Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano, e Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA. Alle 9:40 la presentazione della ricerca UPA – Politecnico Branding e-volution 2026 – Il Brand Purpose, il valore della Marca e le strategie per la sua misurazione, con Nicola Spiller, Direttore degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano. Alle 9:55 "Le priorità dei CMO" con Francesco Bellomo, Head of Media & CMI Haier Eu-

rope, Presidente Commissione Brand & Comunicazione, UPA. Alle 10:05 l'intervento a cura di Sensemakers. Alle 10:20 l'intervento a cura di IAS. Alle 10:35 "Il retail media per UPA" con Elisa Turconi, Gruppo di lavoro Retail media UPA. Alle 10:45 la presentazione Ricerca UPA – Politecnico Branding e-volution 2026 – L'approccio degli advertiser verso il Retail Media e l'Intelligenza Artificiale, con Andrea Meroni, Ricercatore Senior degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano, e Claudia Banfi, Client Service Director Nextplora. Alle 11:10 "Quando la ricerca non si limita a portare traffico ma costruisce brand. Come l'AI sta spostando la search da performance a branding", con Nereo Sciutto, CEO Webranking. Alle 11:25 presentazione Ricerca UPA – Politecnico Branding e-volution 2026 – Il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca, con Alberto Vivaldelli, Diretto-

re Digital UPA. Alle 11:35 "Costa Crociere a Sanremo: la Brand Integration più spettacolare al mondo" con Marco Tamiazzo, Direttore Brand Integration Rai Pubblicità, e Martina Modenesi, Omnichannel Media planning & Intelligence Director Costa Crociere. Alle 11:50 "Spotify and Fiat at full volume: turning attention into results" con Andrea Caldironi, Director of Sales, Spotify, e Alessandro Musumeci, Marketing Director Fiat. Alle 12:05 l'intervento di Google con Umberto Possio, Head of Business Unit and International Business Development Google, ed Elisabetta Debole, Chief Digital & Marketing Officer L'Oréal Italy. Alle 12:20 "Il ruolo dei servizi di streaming nel percorso d'acquisto, con insight dall'esperienza con Samsung" con Marina Guida, Head of Sales Amazon Ads Italy. Alle 12:35 intervento a cura di Teads. Alle 12:50 intervento a cura di Mediaplus. Alle 13:05 conclusioni, light lunch & networking.

27 maggio 2026 | 9.20 – 13.30

Aula De Carli
Via Giovanni Durando 10,
Milano

 UPA UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI
 POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT



Branding e-volution 2026: al Politecnico di Milano la quarta edizione del convegno promosso da UPA e POLIMI

L'ateneo milanese ospita il nuovo capitolo del simposio nato dalla sinergia tra l'associazione degli investitori e la prestigiosa business school. Il seminario illustrerà gli esiti dell'indagine scientifica focalizzata su finalità e misurazione della marca, analizzando l'impatto dell'intelligenza artificiale e del retail media. L'incontro, sostenuto da numerosi player del settore, approfondirà le tendenze d'avanguardia che stanno trasformando la promozione e l'identità d'impresa.

È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di **Branding e-volution**, appuntamento nato dalla collaborazione tra **UPA** e la **POLIMI School of Management del Politecnico di Milano**.

Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione.

Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence.

L'edizione 2026 è supportata dai partner: **Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplus – House of Communication, Nextplora, RAI Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking**.

Le iscrizioni sono aperte a questo link: <https://www.som.polimi.it/events/branding-e-volution-2026/>

L'agenda del convegno:

9:00

Accredito e Welcome Coffee

09:20

Introduzione e apertura dei lavori

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

Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

09:40

Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – Il Brand Purpose, il valore della Marca e le strategie per la sua misurazione

Nicola Spiller, Direttore degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano

09:55

Le priorità dei CMO

Francesco Bellomo, Head of Media & CMI Haier Europe, Presidente Commissione Brand & Comunicazione, UPA

10:05

Intervento a cura di Sensemakers

10:20

Intervento a cura di IAS

10:35

Il retail media per UPA

Elisa Turconi, Gruppo di lavoro Retail media UPA

10:45

Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – L’approccio degli advertiser verso il Retail Media e l’Intelligenza Artificiale

Andrea Meroni, Ricercatore Senior degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano

Claudia Banfi, Client Service Director Nextplora

11:10

Quando la ricerca non si limita a portare traffico ma costruisce brand.

Come l'AI sta spostando la search da performance a branding

Nereo Sciutto, CEO Webranding

11:25

Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – Il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca

Alberto Vivaldelli, Direttore Digital UPA

11:35

Costa Crociere a Sanremo: la Brand Integration più spettacolare al mondo

Marco Tamiazzo, Direttore Brand Integration Rai Pubblicità

Martina Modenesi, Omnichannel Media planning & Intelligence Director Costa Crociere

11:50

Spotify and Fiat at full volume: turning attention into results

Andrea Caldironi, Director of Sales, Spotify

Alessandro Musumeci, Marketing Director Fiat

12:05

Intervento Google

Umberto Possio, Head of Business Unit and International Business Development Google

Elisabetta Debole, Chief Digital & Marketing Officer L'Oréal Italy

12:20

Il ruolo dei servizi di streaming nel percorso d'acquisto, con insight dall'esperienza con Samsung

Marina Guida, Head of Sales Amazon Ads Italy

12:35

Intervento a cura di Teads

12:50

Intervento a cura di Mediaplus

13:05

Conclusioni

Light lunch & Networking

BRAND NEWS > INTELLIGENCE > RICERCHE >

UPA: IL 27 MAGGIO LA QUARTA EDIZIONE DI BRANDING E-VOLUTION. SVELATA L'AGENDA

🕒 14 Maggio 2026

FREE RICERCHE



27 maggio 2026 | 9.20 – 13.30

Aula De Carli
Via Giovanni Durando 10,
Milano

UPA UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI
POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT



È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di Branding e-volution, appuntamento nato dalla collaborazione tra UPA e la Polimi School of Management del Politecnico di Milano.

Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione.

Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence.

L'edizione 2026 è supportata dai partner: Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplast – House of Communication, Nextplora, RAI Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking.

Iscrizioni e agenda della giornata a questo link: <https://www.som.polimi.it/events/branding-e-volution-2026/>

BRANDING E-VOLUTION 2026: ECCO L'AGENDA DEL CONVEGNO ORGANIZZATO DA UPA E DALLA SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO DI MILANO

27 maggio 2026 | 9.20 – 13.30
Aula De Carli
Via Giovanni Durando 10,
Milano

be
BRANDING
E-VOLUTION 26

Advertising amazon ads Google IAS MEDIAPLUS HOUSE OF COMMUNICATION
NEXTPLORA Rai Pubblicità SENSEMAKERS teads WEBRANKING

UPA UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI
POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT

È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di **Branding e-volution**, appuntamento nato dalla collaborazione tra **UPA** e la **School of Management del Politecnico di Milano**.

Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione.

Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence.

L'edizione 2026 è supportata dai partner: **Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplus – House of Communication, Nextplora, RAI Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking**.

Durante l'evento verrà esposta la Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – Il Brand Purpose, il valore della Marca e le strategie per la sua misurazione e ci saranno interventi di Webranking, Sensemakers, IAS, L'Oréal Italy, Amazon Ads, Costa Crociere, Teads, Mediaplus, Spotify e Fiat.

BRANDING E-VOLUTION 2026: DISPONIBILE L'AGENDA DEL CONVEGNO ORGANIZZATO DA UPA E DALLA POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO DI MILANO

Publicato da **Redazione** 14/05/2026



È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di Branding e-volution, appuntamento nato dalla collaborazione tra UPA e la POLIMI School of Management del Politecnico di Milano.

Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione.

Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence.

L'edizione 2026 è supportata dai partner: Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplus – House of Communication, Nextplora, RAI Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking.

Le iscrizioni sono aperte a questo link: <https://www.som.polimi.it/events/branding-e-volution-2026/>

Di seguito l'agenda del convegno.

- 9:00**
Accredito e Welcome Coffee

- 09:20**
Introduzione e apertura dei lavori
Giuliano Noci, Professore Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano
Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

- 09:40**
Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – Il Brand Purpose, il valore della Marca e le strategie per la sua misurazione
Nicola Spiller, Direttore degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Costumer Experience del Politecnico di Milano

- 09:55**
Le priorità dei CMO
Francesco Bellomo, Head of Media & CMI Haier Europe, Presidente Commissione Brand & Comunicazione, UPA

- 10:05**
Intervento a cura di Sensemakers

- 10:20**
Intervento a cura di IAS

- 10:35**
Il retail media per UPA
Elisa Turconi, Gruppo di lavoro Retail media UPA

- 10:45**
Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – L’approccio degli advertiser verso il Retail Media e l’Intelligenza Artificiale
Andrea Meroni, Ricercatore Senior degli Osservatori Internet Media e Omnichannel Costumer Experience del Politecnico di Milano
Claudia Banfi, Client Service Director Nextplora

- 11:10**
Quando la ricerca non si limita a portare traffico ma costruisce brand.
Come l’AI sta spostando la search da performance a branding*Nereo Sciotto, CEO Webranking*

- 11:25**
Presentazione Ricerca UPA – Politecnico “Branding e-volution 2026” – Il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca
Alberto Vivaldelli, Direttore Digital UPA

- 11:35**
Costa Crociere a Sanremo: la Brand Integration più spettacolare al mondo
Marco Tamiazzo, Direttore Brand Integration Rai Pubblicità Martina Modenesi, Omnichannel Media planning & Intelligence Director Costa Crociere

- 11:50**
Spotify and Fiat at full volume: turning attention into results
Andrea Caldironi, Director of Sales, Spotify
Alessandro Musumeci, Marketing Director Fiat

- 12:05**
Intervento Google
Umberto Possio, Head of Business Unit and International Business Development Google
Elisabetta Debole, Chief Digital & Marketing Officer L’Oréal Italy

- 12:20**
Il ruolo dei servizi di streaming nel percorso d’acquisto, con insight dall’esperienza con Samsung
Marina Guida, Head of Sales Amazon Ads Italy

- 12:35**
Intervento a cura di Teads

- 12:50**
Intervento a cura di Mediaplus

- 13:05**
Conclusioni

- Light lunch & Networking**

Home > Pubblicità > Branding e-volution 2026: AI, retail media e brand purpose al centro del...

Branding e-volution 2026: AI, retail media e brand purpose al centro del convegno UPA e Politecnico di Milano

14 Maggio 2026



Torna il 27 maggio al Politecnico di Milano l'appuntamento con "Branding e-volution 2026", il convegno organizzato da UPA insieme alla POLIMI School of Management per analizzare le trasformazioni del marketing e della comunicazione nell'era digitale.

La quarta edizione dell'evento si svolgerà presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Campus Durando e rappresenterà anche il momento di presentazione dei risultati della nuova ricerca "Branding e-volution 2026", focalizzata sull'evoluzione del valore della marca, sul brand purpose e sulle nuove strategie di misurazione della brand equity.

Il programma prevede una giornata di interventi dedicati ai temi più attuali del settore: dal retail media all'intelligenza artificiale, passando per il ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e le priorità dei chief marketing officer.

Ad aprire i lavori saranno Giuliano Noci e Raffaele Pastore. A seguire, Nicola Spiller illustrerà i risultati della ricerca dedicata al valore della marca e alle strategie di misurazione.

Tra i momenti centrali del convegno anche l'intervento di Francesco Bellomo sulle priorità dei CMO e la sessione dedicata al retail media con Elisa Turconi.

Ampio spazio sarà riservato all'impatto dell'intelligenza artificiale sul branding e sulla search. Nereo Sciutto approfondirà infatti come l'AI stia trasformando la ricerca online da strumento di performance a leva di costruzione del brand.

Il programma vedrà inoltre la partecipazione di aziende e player internazionali come Amazon Ads, Google, Spotify Advertising, Teads e Rai Pubblicità, con case history e approfondimenti dedicati all'evoluzione dei media e dei comportamenti di consumo.

Tra gli interventi più attesi figurano quello di Costa Crociere insieme a Rai Pubblicità sulla brand integration durante il Festival di Sanremo e il panel realizzato da Spotify con FIAT dedicato alla trasformazione dell'attenzione in risultati di business.

L'edizione 2026 di Branding e-volution è supportata da partner come Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplus – House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking.

Le iscrizioni all'evento sono disponibili sul sito ufficiale della [POLIMI School of Management](#).



UPA: il 27 maggio la quarta edizione di Branding e-volution. Svelata l'agenda

Mag 14, 2026 | Senza categoria | 0 commenti

È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di Branding e-volution, appuntamento nato dalla collaborazione tra UPA e la Polimi School of Management del Politecnico di Milano. Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca...

L'articolo [UPA: il 27 maggio la quarta edizione di Branding e-volution. Svelata l'agenda](#) proviene da [Brand News](#).

BRANDING E-VOLUTION 2026: DISPONIBILE L'AGENDA DEL 27 MAGGIO

È in programma mercoledì 27 maggio presso l'Aula Magna Carlo De Carli del Politecnico di Milano (Campus Durando) la quarta edizione di Branding e-volution, appuntamento nato dalla collaborazione tra UPA e la POLIMI School of Management del Politecnico di Milano. Il convegno sarà l'occasione per presentare i risultati della nuova edizione dell'omonimo progetto di ricerca, che intende offrire una visione strategica e innovativa sulle principali tematiche che interessano il marketing e la comunicazione. Gli interventi di questa edizione dell'evento si focalizzeranno in particolare su quattro ambiti d'interesse: l'importanza del valore della marca come vettore di brand purpose e brand equity, le strategie di misurazione e gli strumenti utilizzati, il

ruolo dei mezzi nella costruzione della marca e l'esplorazione dei principali trend emergenti, come il retail media e l'artificial intelligence. L'edizione 2026 è supportata dai partner: Amazon Ads, Google, Integral Ad Science, Mediaplus - House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità,

Sensemakers, Spotify Advertising, Teads e Webranking. È possibile consultare l'agenda e iscriversi a [questo link](#).

27 maggio 2026 | 9.20 - 13.30
Aula De Carli
Via Giovanni Durando 10,
Milano

UPA UFFICIO PUBBLICITÀ ASSOCIATI
POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT

bs
BRANDING E-VOLUTION 26

Advertising | amazon ads | Google | IAS | HOUSE OF COMMUNICATION | MEDIAPLUS
NEXTPLORA | Rai Pubblicità | SENSEMAKERS | teads | WEBRANKING