

The logo consists of the letters 'UPA' in a white, bold, serif font, centered within a dark red square. The background of the slide features a large, faint, light-colored watermark of the letters 'UPA' behind the main logo.

UPA

**MARCHE E IMPRESE
PER LA COMUNICAZIONE**

www.upa.it

UPA è l'Associazione che riunisce le più importanti *aziende industriali, commerciali* e di *servizi* che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia.

MISSION

Identificare e *gestire* i problemi comuni ai propri associati in materia di pubblicità e comunicazione. *Rappresentare* gli interessi delle aziende presso istituzioni, agenzie, media, concessionarie, consumatori e tutti gli stakeholder del mercato.

Le oltre **400** aziende associate a UPA rappresentano circa l' **85%** degli investimenti pubblicitari in Italia.

RIFERIMENTO

Qualificare UPA come punto di *riferimento* per il sistema della comunicazione pubblicitaria.

PRESIDIO

Presidiare ogni ambito del mercato *a tutela delle aziende* che investono in comunicazione.

VALORE

Mantenere un'*attenzione costante* ai valori dell'associazione: *responsabilità, trasparenza, innovazione.*

10 AREE OPERATIVE

1. *Rappresentanza* delle aziende nel settore della comunicazione.
2. *Relazioni* con istituzioni governative, Authority.
3. *Impegno* nel sistema di misurazione delle audience.
4. *Responsabilità*: Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, Pubblicità Progresso.
5. *Presidio* dell'innovazione digitale (Data Lake; Blockchain; Cross Media Initiative).
6. *Consulenza*: advertising/comunicazione, legale, contrattuale.
7. *Elaborazione* dati e ricerche.
8. *Servizi informativi* giornalieri e periodici per i soci.
9. *Corsi di formazione* manageriale e aggiornamento. Master verticali di approfondimento.
10. *Networking*.

GRANDI PROGETTI DI COMUNICAZIONE

- Assemblea UPA come *evento centrale per tutto il mondo della comunicazione*.
- *Effie Awards* Italy: un premio che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, valorizzandone i risultati di business.
- *Branding e-volution*: Ricerca realizzata insieme alla School of Management del Politecnico di Milano.
- Il canale YouTube *UPA Advertising Graffiti*, che oggi conta migliaia di video pubblicitari, decine di interviste di esperti per temi, e soprattutto milioni di visualizzazioni. Con una nuova playlist su arte e pubblicità in collaborazione con l'Associazione Civita.
- *Upaperlacultura.org*, la piattaforma web premiata dalla WFA come il progetto più innovativo per le strategie di impresa.

INNOVAZIONE DIGITALE

- *UPA Nessie*, piattaforma per la gestione dei big data al servizio del marketing e della comunicazione.
- *UPA Shield*, società operativa per la realizzazione di una piattaforma *Blockchain* per l'advertising digitale.

DATI E RICERCHE

- Dati Audi: Dati mensili delle audience prodotti da *Audiweb* di tutti i siti e i portali fruiti sia da desktop che da mobile,), dati mensili di audience di tutti i canali televisivi, *Dati ADS mensili* per quotidiani e periodici (tiratura e diffusione), *Dati Audipress* (lettura) di quotidiani e periodici.
- Dashboard investimenti pubblicitari: la serie storica degli investimenti pubblicitari per mezzo in Italia dal 1962 ad oggi.
- Il *Progetto KPI*, uno strumento imprescindibile per tutti i manager e i professionisti della comunicazione che offre una classificazione e internazionale degli obiettivi della comunicazione.

- *Pubblicità in cifre*: trend semestrale degli investimenti pubblicitari per mezzo e settore con dettaglio per categorie di prodotto, zone geografiche, stime totale Internet.
- Newsletter quotidiane (creatività e dati Auditel quotidiani).
- *Ricerche UPA*: Branding e-volution, Lo stato dell'arte dell'Ad Blocking, Creative In-housing, Sustainability & Marketing, Programmatic data & technology.



AUDIENCE E NUOVE MISURAZIONI

- *Auditel*: rilevazione dei contenuti tv su tutti i device digitali. Progettazione e presentazione , con l'ausilio di UPA, di un *sistema di classificazione unica degli spot video* con un *codice di tracciamento crossmediale* per le campagne dei broadcaster.
- Gli altri JIC di settore: *Audipress, Audiweb, Audioutdoor, Audimovie e ADS.*

RELAZIONI ISTITUZIONALI

- Il *Libro Bianco* sulla comunicazione digitale. Una guida fondamentale per orientarsi in un mondo in continua evoluzione.
- *Linee guida* per gare media e gare creative. UPA e UNA sono state promotrici di iniziative volte a definire le best practice per una migliore gestione dei pitch.
- Aggiornamenti e approfondimenti sul *Patent Box*.



- Collaborazione alla redazione della *Digital Chart* dello IAP.
- Opinion papers sul tema *Web Tax*.
- Gestione attenta e costante all'implementazione delle normative privacy: *direttive e-privacy* (cookie law) e *GDPR*.
- Ideazione e promozione del *Tax Credit* sugli investimenti ADV sulla stampa nazionale, locale e online, esteso da quest'anno anche alle Tv e alle Radio.



ALTA FORMAZIONE

- *Il Master in Strategie di comunicazione integrata al tempo del digitale.*
- *Il Master in Branded Content & Entertainment.*
- *Il Master in Data Science per la comunicazione digitale.*
- *Il Master in Diritto della comunicazione commerciale.*

WEBINAR FORMATIVI E AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE

- Corsi di formazione riservati ai soci sui temi più attuali del mercato (media, creatività, programmatic).

