



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

UPA

COMUNICATO STAMPA

Branding e-volution, torna il 29 maggio a Milano l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano per riflettere sul ruolo della marca

Milano, 14 maggio 2024. Terza edizione per **Branding e-volution**, progetto di ricerca nato nel 2019 dalla collaborazione tra **UPA**, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori in comunicazione pubblicitaria in Italia, e la **School of Management del Politecnico di Milano**.

L'obiettivo della ricerca 2024, condotta da marzo a maggio 2024 su un campione di aziende di medie e grandi dimensioni, investitrici in advertising, è fare il punto sul ruolo della marca all'interno dell'ecosistema di comunicazione digitale e non, con focus sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.

In particolare, sono quattro le aree in cui si sviluppa l'indagine:

- **Brand building e brand purpose**
- **Misurazione del brand**
- **Nuovi mezzi:** Advanced TV, Digital Audio e Digital OOH
- **Nuovi trend:** Retail Media, AI e AR, creatività e dati

Numerosi i partner dell'iniziativa: **Aryel, Google, Kantar, Integral Ad Science, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Spotify Advertising, Sensemakers, Teads, Urban Vision e Webranking.**

I risultati principali della ricerca saranno presentati **mercoledì 29 maggio (dalle ore 9.30 alle ore 16.30)** in occasione di un evento in programma presso **l'Aula Magna Carlo de Carli del Politecnico di Milano** (Campus Durando in Bovisa), a cui sarà possibile partecipare gratuitamente.

Le iscrizioni sono aperte a questo [link](#).

Di seguito si riporta l'agenda completa dell'evento.

09:30 - 10:00 Welcome Coffee

Introduzione

10:00 - 10:20 **Giuliano Noci**, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano
Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA

10:20 - 10:35 **Presentazione ricerca UPA - Politecnico "Branding e-volution 2024" [1° Parte]**

10:35 - 10:45 Intervento di **Assunta Timpone**, Media Director L'Oreal

Interventi Partner della ricerca:

- **Brand Purpose: uno, nessuno, centomila**
Valeria Chiappini, Deputy Head of Brand Strategy, Insights Division Kantar Italy

10:45 - 11:30

- **Brand building e performance: l'unione fa la forza**
Mauro Fusco, Global Brand & Media Analytics EMEA Lead, Insights Division Kantar

- **I brand emergenti nei nuovi trend di consumo nello scenario digitale**
Andrea Giovenali, CEO e Founder Nextplora
Claudia Banfi, Client Service Director Nextplora

- **Intervento a cura di Google**
Carla Leveratto, Head of Creative works, Italy Google
Salvatore Mangione, Industry Manager, Google
Alessio Garbin, Global Digital Strategy Director Barilla Group

11:30 - 11:45 **Presentazione ricerca UPA - Politecnico "Branding e-volution 2024" – [2° Parte]**

Interventi Partner della ricerca:

- **Audience sui media digitali e impatto delle campagne di branding**
Antonio Pepe, Partner & COO Sensemakers

11:45 - 12:30

- **The attention funnel: l'impatto dell'attenzione sulla strategia end to end di Actimel**
Veronica Zarcone, Industry Director FMCG Teads Italia
Yoann Steri, Digital & Data Director Danone

- **AI-Driven Video Evolution: Unleashing Innovation**
Elisa Lupo, Managing Director Italy, Spain & Portugal Integral AD Science
Cecilia Vanoletti, Director Customer Success Italy Integral Ad Science

12:30 - 14:00 Lunch

14:00 - 14:15 **Presentazione ricerca UPA - Politecnico "Branding e-volution 2024" – [3° Parte]**

14:15 - 14:25 Intervento di **Edoardo Felicori**, Region Media Manager Italia Ferrero

Interventi Partner della ricerca

- **Amplify Your Brand with Spotify: the EssilorLuxottica journey**
Andrea Caldironi, Director of Sales Spotify
Federico Gavazzi, Global Digital Media Manager Luxottica
 - **Evoluzione di brand tra emozioni on & off line**
Marika Villa, Brand Engagement Lead, Urban Vision
Andrea Carnevale, Chief Marketing & Communication Officer Legami
- 14:25 - 14:55
- 14:55 - 15:10 **Presentazione ricerca UPA - Politecnico "Branding e-volution 2024" – [4° parte]**

Interventi Partner della ricerca:

- **L'impatto della Realtà Aumentata sulle attività di Brand Building: Il caso studio Barilla**
Mattia Salvi, Ceo & Co founder Aryel
Matteo Dolcini, Digital Marketing & Social Media Manager Barilla Group
 - **Dal Digitale al Branding: il Successo di Pinalli nel Marketing di Precisione**
Greta Bottini, Chief Growth Officer Mediaplus
Giovanna Baratello, Responsabile Marketing e Comunicazione Pinalli
 - **La necessità di una branding integration**
Nereo Sciutto, CEO Webranking
- 15:10 - 15:55

Conclusioni

- 15:55 - 16:15 *Giuliano Noci*, Ordinario di Marketing e Prorettore delegato del Polo territoriale cinese del Politecnico di Milano
Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA

Per maggiori informazioni:

Ginevra Pendolino
ginevra.pendolino@upa.it cell: 347.3096691

Klaus Davi & Co. 02860542
Luca Bragadini l.bragadini@klausdavi.com 3382273227
Adriano Ronconi a.ronconi@klausdavi.com 3284696041