



**POLITECNICO**  
MILANO 1863  
SCHOOL OF MANAGEMENT

## **COMUNICATO STAMPA**

**Branding e-volution, torna il 28 settembre a Milano l'evento di UPA e School of Management del Politecnico di Milano per riflettere sul ruolo contemporaneo della marca**

Milano, 6 settembre 2022. Appuntamento il 28 settembre al Teatro Parenti di Milano per la seconda edizione di **Branding e-volution**, il convegno organizzato da **UPA**, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori in comunicazione pubblicitaria in Italia, e dalla **School of Management del Politecnico di Milano**, con l'obiettivo di fare il punto sul ruolo della marca nell'ecosistema digitale, ponendo l'accento sulle criticità e sulle possibili opportunità di sviluppo.

Fulcro della giornata sarà la presentazione dei principali risultati dell'edizione 2022 della ricerca, condotta da aprile ad agosto su un campione significativo di *advertiser*.

Anche quest'anno sono state coinvolte sia aziende di marca che player della comunicazione: i numerosi interventi in scaletta, coniugando dati, analisi e insight sullo scenario italiano (e internazionale), forniranno spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l'analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand.

Sono tre le aree intorno alle quali si svilupperà l'agenda del convegno:

- nuovi trend relativamente a mezzi, creatività e dati a supporto dei brand,
- nuovi approcci alla misurazione di brand,
- brand tra *purpose* e crescita di business.

L'evento si potrà seguire in streaming, iscrivendosi a [questo link](#).

Numerosi i partner dell'iniziativa: **Amazon Ads, Ciaopeople, Condé Nast, GFK Italia, Google, Kantar, Integral Ad Science, LinkedIn, Mediaplus House of Communication, Nextplora, Rai Pubblicità, Sensemakers, Talkwalker, WebAds.**

Di seguito l'agenda completa del convegno:

### **Agenda**

**Ore 9-9.30**

**Registrazione e Welcome coffee**

**Ore 9.30-10**

### **Introduzione**

*Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente UPA*

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

**Ore 10-11.45**

### **Il brand al centro di (nuovi) mezzi, creatività, dati**

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico "Branding e-volution 2022" - 1° parte.
- La trasformazione digitale di un leader

*Vittorio Bucci, CEO & Partner Mediaplus Italia*

- Visione collettiva, individuale, connessa, on demand: la tv e i suoi schermi diffusi.

*Roberta Lucca, Direttore Marketing Commerciale Rai Pubblicità*

- Samsung lancia il suo nuovo smartphone con Amazon Ads e Twitch per ingaggiare audience difficili da raggiungere.

*Giuseppe Russo, Channel Marketing & Communications Manager Samsung*

- Branding, coinvolgimento e attivismo: Fanpage.it e Parlamento europeo insieme per ingaggiare i giovani sul futuro dell'Europa.

*Giorgio Mennella, Advertising Director Ciaopeople*

*Raffaella De Marte, Head of the Media Service Unit Parlamento europeo*

- Metaverse marketing: virtuale a chi?.

*Lucio Lamberti, Ordinario di Omnichannel Marketing e Responsabile Metaverse Marketing Lab Politecnico di Milano*

### **Ore 11.45-13.15**

#### **Nuovi approcci alla misurazione di brand**

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico “Branding e-volution 2022” - 2° parte.
- Evoluzione dei media e ruolo degli editori tradizionali.

*Antonio Pepe, Partner & COO Sensemakers*

- Costruire il brand tra cross-medialità, second-screen, addressable, ad-skipping e sound-off: il caso Haier.

*Francesco Bellomo, Media & Consumer Insight Senior Manager Haier*

*Andrea Giovenali, CEO e Fondatore Nextplora*

- L'impatto della Media Quality nel generare Attention e Outcomes.

*Aaron Mirelli - Sales Account Executive IAS Italia*

*Rocco Barbini - Solution Engineer IAS Italia e Spagna*

### **Ore 13.15-14.30**

#### **Networking lunch**

### **Ore 14.30-17.00**

#### **Brand tra purpose e crescita di business**

- Presentazione ricerca UPA-Politecnico “Branding e-volution 2022” - 3° parte.
- Brand purpose, targeting e comunicazione digitale.

*Giorgio Licastro, Media Measurement Lead Italy GFK*

- Brand Equity e tecnologie abilitanti.

*Relatore da definire*

- Share of Culture: quando la Brand Influence guida le scelte d'acquisto.

*Raffaella Buda, Advertising Marketing Director Condè Nast Italia*

- Brand Love: come generare una relazione più forte tra il consumatore e la marca.

*Francesco Turco, Marketing Manager Italy Talkwalker*

*Mattia Liccardi, Digital Marketing Specialist Piaggio*

*Simona Vivaldi, Marketing Research Manager Piaggio*

### **Ore 17-17.30**

#### **Conclusioni**

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

*Raffaele Pastore, Direttore Generale UPA*

Per maggiori informazioni:

Serena Piazzì

[serena.piazzì@upa.it](mailto:serena.piazzì@upa.it)

cell: 348.8249006

#### **Klaus Davi & Co. 02860542**

Luca Bragadini [l.bragadini@klausdavi.com](mailto:l.bragadini@klausdavi.com) 3382273227

Adriano Ronconi [a.ronconi@klausdavi.com](mailto:a.ronconi@klausdavi.com) 3284696041