



COMUNICATO STAMPA

Sassoli de Bianchi (UPA) sull'Advanced TV: “Per gli investitori assoluta necessità di pervenire a una misurazione della Total campaign”

Milano, 23 ottobre 2023. Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente di UPA, è intervenuto in chiusura dell'evento “Advanced TV, la video convergenza”, organizzato da Engage insieme all'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia.

Nel suo discorso Sassoli ha portato all'attenzione dei presenti cinque aspetti di fondamentale importanza per gli investitori pubblicitari, relativamente all'evoluzione digitale del mezzo televisivo.

Il primo è l'assoluta necessità di pervenire a una misurazione della Total campaign.

“Noi pianifichiamo comunicazioni video su qualsiasi piattaforma lo consenta, e sentiamo la crescente necessità di valutare complessivamente le nostre campagne. Oggi non lo possiamo fare, se non per segmenti separati, e abbiamo sempre un'idea parziale dell'efficacia dei nostri investimenti. Al contrario, avere una visione della total campaign aiuterebbe molto ad affinare le nostre pianificazioni, ad aumentarne l'efficacia e in definitiva a incrementare gli investimenti. Ricordiamoci che trasparenza ed efficacia sono rilevanti fattori di incremento degli investimenti”, ha dichiarato Sassoli.

Il secondo punto è la necessità di riaggregare gli investimenti, ovvero quantificarli sui tre veicoli fondamentali: video, su qualsiasi piattaforma, dalla TV alle piattaforme digitali fino all'outdoor; audio, con tutte le diramazioni della radio, e pagine testuali con display e immagini.

Secondo il Presidente di UPA servono poi nuove tecnologie al servizio dell'erogazione e della negoziazione pubblicitaria, con pubblicità targhettizzata in maniera mirata e la possibilità di acquistare spazi sull'advanced TV in programmatic.

Il quarto punto di attenzione è l'esigenza di condividere, secondo modalità e convenzioni da definire, i dati di prima parte.

“I cookie a breve lasceranno il posto a dati più consistenti, affidabili, magari quantitativamente inferiori, ma più sicuri sul piano della privacy, e decisamente più utili per dare un volto alle audience pubblicitarie – ha affermato Sassoli -. Questo consentirà alla TV di diventare anche uno strumento di marketing di precisione”.

Infine il Presidente di UPA ha sottolineato la necessità di una formazione adeguata delle risorse umane.

“Nel nuovo scenario mediatico servono una formazione costante e competenze nuove, e queste ultime hanno bisogno di percorsi di formazione mirati e costantemente aggiornati, che concorrano all'evoluzione complessiva del sistema. UPA Academy vuole dare un contributo significativo in questa direzione”, ha spiegato Sassoli.

In chiusura del suo intervento, il Presidente di UPA ha rimarcato la complessità della situazione attuale. “Dall'inizio del secolo ci troviamo in una situazione di costante incertezza. Il nostro sistema,

le nostre aziende possono svilupparsi solo grazie a loro stessi e solo attraverso la conoscenza e l'intelligenza", ha affermato Sassoli, ricordando alle imprese l'importanza dell'immaginazione. "Non dobbiamo ridurre l'intelligenza a un magazzino di informazioni, non dobbiamo trascurare l'energia che la muove alle scoperte: l'immaginazione. Quando oggi pianifichiamo in questa situazione sfaccettata, multiforme, frammentata, dobbiamo ricordarci di un antico assioma: l'immaginazione non serve solo a creare ma, in questo caso, anche a comprendere", ha concluso.

Per maggiori informazioni:

Serena Piazzì

serena.piazzì@upa.it

cell: 348.8249006

Klaus Davi & Co. 02860542

Luca Bragadini l.bragadini@klausdavi.com 338.2273227

Adriano Ronconi a.ronconi@klausdavi.com 328.4696041