

## **Il progetto Nessie di UPA e Neodata Group premiato da WFA con il President's Award**

*La Federazione mondiale che riunisce le Associazioni nazionali degli investitori in pubblicità e in comunicazione ha assegnato alla piattaforma il riconoscimento come migliore progetto internazionale per la gestione dei big data per il marketing e la comunicazione.*

Milano, 7 aprile 2020. La WFA (World Federation of Advertisers), la Federazione mondiale che riunisce le Associazioni nazionali degli investitori in pubblicità e in comunicazione, ha conferito al progetto Nessie, sviluppato da UPA in collaborazione con Neodata Group, il prestigioso **President's Award**, riconoscimento assegnato ogni anno alle iniziative più significative promosse dalle associazioni nazionali degli advertiser.

Il Premio, consegnato da Raja Rajamannar, presidente di WFA, testimonia il carattere innovativo di Nessie (Next generation System for Strategic Insight Exploitation), uno dei primi progetti di sistema a livello internazionale per la gestione consortile dei big data al servizio del marketing e della comunicazione.

Le aziende aderenti mettono in comune i dati degli utenti attraverso un data lake, progettato e sviluppato da Neodata Group, fornitore e partner tecnologico del progetto Nessie, che per la sua realizzazione si è avvalsa delle soluzioni cloud Microsoft Azure. I brand arricchiscono vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui loro siti o raccolti su vari device attraverso campagne pubblicitarie digitali, con l'obiettivo di valorizzare i dati e trasformarli in strumenti di profilazione dell'audience e ottimizzazione delle strategie di marketing.

A Nessie hanno fino a oggi aderito con piena modalità operativa sette aziende: **Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio, Valsoia**, già partecipanti dal 2019, e **Sixth Continent**, attiva dal 2020. Nuovi importanti brand stanno entrando e verranno annunciati entro l'estate.

Il progetto, lanciato l'anno scorso, sta riscontrando grande apprezzamento sul mercato italiano, gettando già le basi per evoluzioni future. Le aziende partecipanti, che hanno deciso attraverso la nuova iniziativa di avviare o potenziare le loro iniziative di digital transformation, stanno portando avanti progetti di integrazione tecnologica customizzati. A livello comune prosegue l'impegno su più fronti:

- L'attività del gruppo di lavoro Nessie allargato ad oltre 70 aziende relativamente alle attività strategiche più interessanti da discutere e condividere in ambito dati e tecnologia applicati al marketing;
- La formazione dei marketing manager e di giovani neolaureati sui temi della data science, attraverso il [Master in Data Science per la comunicazione digitale](#), la cui seconda edizione partirà il prossimo 8 maggio;
- La partenza a maggio dell'attività di audience extension con partner dedicati;
- L'affiancamento alle aziende per fornire strumenti utili a definire le modalità organizzative più idonee per la gestione delle nuove attività data-driven;
- Le integrazioni tecnologiche con tutte le principali DSP;
- La definizione delle strategie più idonee per affrontare lo scenario dei tracciamenti digitali a seguito delle dichiarazioni di Google Chrome che avranno impatti rilevanti a partire dal 2022.

“Nessie rappresenta un progetto unico sul mercato, che consente la valorizzazione degli investimenti pubblicitari non solo attraverso spazi fisici o digitali ma anche grazie alle opportunità offerte dalla gestione attiva dei dati e dalla profilazione dei comportamenti di consumo, rese possibili dalle nuove tecnologie. Confido che sempre più aziende comprendano i vantaggi che può offrire questa forma inedita di collaborazione tra brand e aderiscano all'iniziativa”, dichiara **Lorenzo Sassoli de Bianchi**, presidente UPA.

“Come provider e partner tecnologico del progetto, siamo davvero orgogliosi che la nostra tecnologia e la nostra esperienza abbiano contribuito al successo di Nessie. In Neodata, crediamo fortemente che una data management platform condivisa sia la soluzione ideale per tutti gli attori del mondo del marketing e della comunicazione digitale, per collaborare e trarre un enorme valore dal lavoro comune. Ci auguriamo vivamente che nel prossimo futuro sempre più aziende possano entrare a far parte della grande famiglia Nessie”, afferma **Tommaso Giola**, Director of Operations at Neodata Group.

“Come Nestlé Italia abbiamo deciso di aderire perché crediamo molto in questo progetto innovativo che, in un contesto di mercato sempre più data-driven, permette ai brand di poter contare su un partner trasparente per gestire e condividere i dati. Attraverso Nessie possiamo approfondire la conoscenza dei consumatori e dei loro comportamenti, costruendo per loro messaggi ed esperienze personalizzati. Nella prospettiva di uno scenario ‘cookieless’ contiamo che Nessie divenga uno strumento ancora più strategico per sperimentare e definire nuovi standard”, dichiara **Riccardo Schivo**, data, personalization & eBusiness Lead Nestlé Italiana.

“Il marketing data-driven richiede metodologie condivise. Il progetto Nessie si sposa perfettamente con questa esigenza, proponendosi come un tavolo di lavoro diretto, agnostico e trasparente. Sixth Continent si è unita con orgoglio all’iniziativa, consapevole del potenziale e del valore del progetto. La speranza è che questa best practice possa essere d’ispirazione per altre iniziative a livello globale”, afferma **Simone Fortunato**, Head of Media Sixth Continent.

A questo link è disponibile un video con una overview dei progetti premiati all’edizione 2020 dei President’s Awards: <http://bit.ly/WFAPresidentsAwards>.