

Per Natale regalati un abbonamento **CLICCA QUI**
 ADVexpress   **SCOPRI IL CONTENUTO DEGLI ABBONAMENTI**
 ADC 

UPDATE: Dal 28 dicembre sbarca a Lecce KIDS, Festival internazionale del teatro e delle arti per le nuove generazioni

Home / ADVexpress / News / Industry / Premi / Branded Entertainment, un fenomeno da 350...



Premi

Branded Entertainment, un fenomeno da 350 milioni di euro. ADC Group pronta a lanciare la terza edizione del premio dedicato

Contenuti pensati per il brand e caratterizzati da un alto tasso di intrattenimento. Il Branded Entertainment ha, oggi, una forza tale da indurre le aziende a ripensare i propri investimenti in adv, rendendo sempre più vivo e ricco di significato il messaggio di comunicazione. Al tema, di cui l'OBE - Osservatorio Branded Entertainment è portavoce, è stato dedicato l'ultimo incontro del Club della Buona Comunicazione. Alle porte, la terza edizione del premio dedicato.

Il **Branded Entertainment** come leva di comunicazione. La forza, il valore e le potenzialità di questo mezzo sono state illustrate dall'**OBE - Osservatorio Branded Entertainment** all'ultimo incontro del **Club della Buona Comunicazione**, l'iniziativa di **ADC Group** che riunisce le maggiori aziende di tutti i settori per creare occasioni di networking e formazione, favorendo la nascita di idee, stimoli e sinergie.

L'incontro si è tenuto **mercoledì 13 dicembre** presso la sede di ADC Group, in Via Copernico.

Il presidente di OBE **Laura Corbetta** e il direttore generale **Anna Gavazzi** hanno presentato il Branded Entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca. L'associazione, il cui obiettivo è quello di sostenere il BE sul mercato italiano, monitora e studia questo mezzo dal 2013 e ogni anno conduce una ricerca mirata a comprendere il fenomeno, il sentiment delle aziende e l'andamento degli investimenti.

Lo **scenario** nel quale si inserisce il Branded Entertainment è uno scenario di **progressiva e continua frammentazione dell'offerta, dei canali e delle audience**, e nel quale il contenuto e l'intrattenimento acquisiscono un peso sempre più rilevante nella comunicazione con i target di riferimento.

A seconda dell'originalità o integrazione dei format, il BE si divide in due tipologie: **Brand Integration** e **Original Production**. Nel primo caso si parla dell'inserimento del brand in format già esistenti, con modalità narrative originali e rilevanti, mentre nel caso dell'Original Production si parla di sviluppo di format originali ideati e realizzati ex novo per il brand.

A seconda del media e della tipologia di progetto, poi, il BE può assumere **diversi formati**: Tv (show/series), Web (video, game, app), Publishing (magazine, book), Radio (show), Event (Live).

Le **aziende** ricorrono in modo sempre più massiccio all'ideazione e realizzazione di progetti (originali o integrati all'interno di format già esistenti) caratterizzati da una forte componente d'intrattenimento, di cui il brand è produttore o co-produttore, per costruire e consolidare la relazione con le audience.

A confermarlo, l'**ultima ricerca OBE**, basata su un questionario diffuso a **143 realtà italiane** selezionate nei settori della comunicazione, publishing ed entertainment, attive nel BE e censite nel 2015 dall'associazione.

Secondo tale ricerca, **il mercato del Branded Entertainment vale oggi circa 350 milioni di euro**. Il **91%** delle aziende prevede una **crecita** negli **investimenti BE** nei prossimi anni. Il **51%** delle aziende campione ha affermato, inoltre, di utilizzare il BE come **leva alternativa all'ADV** e il **56%** di fare ricorso a questo mezzo per **consolidare l'immagine di marca**.

Sulla scia di questa evoluzione e trasformazione del mercato, torna quest'anno il **Premio Brand for Entertainment** all'interno degli **NC Awards**. A giorni sarà pubblicato il **bando** della terza edizione del Premio dedicato proprio ai progetti di Branded Entertainment. Sono previste **novità** in merito alle **tipologie in concorso**, in linea con la fotografia del fenomeno rilasciata dall'OBE, che patrocina il premio e di cui ADC Group è partner per questa e altre iniziative nel corso dell'anno.

In foto due case history di Branded Entertainment: 'Barbie VLogger' (Mattel su YouTube, dal 2015) e 'Bullying Junior' (Burger King su Youtube, ottobre 2017)

Chiara Pozzoli

 **LEGGI** le ultime notizie della sezione

Leevia vince lo Startup Europe Awards Italia 2017 e chiude l'anno con fatturato triplicato rispetto al 2016

14/12/2017 16:47

20ma edizione del Premio Assorel: 1° Premio Assoluto a Edelman con la campagna per Biogen 'Io non sclero' e 11° Premio alla Carriera a Urbano Cairo

14/12/2017 00:28

Gameloft Advertising Solutions premiata agli NC Digital Awards 2017 con la campagna "La Mummia" per Universal Pictures International Italy

06/12/2017 15:30

Mec fa il pieno di premi agli NC Digital Awards 2017

05/12/2017 12:39

NC Digital Awards 2017: Tembo premiata con Eutekne e Buy2Bee

05/12/2017 12:28

NC Digital Awards 2017. True Company vince il primo premio in Evento Digitale con 'Rifugio Braulio' per Campari

01/12/2017 11:23

EUROBEST 2017. A Publicis Italia oltre al Grand Prix Film Craft anche tre argenti con Diesel e il titolo di Country Agency of the Year

01/12/2017 00:30

EUROBEST 2017. A Gruppo Roncaglia un Bronzo in Mobile con la campagna 4MATIC Adaptive Story. Leveratto: "La conferma del nostro approccio innovativo alla creatività". Grande successo per Be It! Party', la festa dei creativi italiani organizzata a Londra

30/11/2017 23:50

Bitmama agli NC Digital Awards: 2 Ori, 2 Argenti, 4 Bronzi

30/11/2017 21:28