

**UPDATE:** Summit OBE. Raccontare storie coerenti con la marca in grado di emozionare, questa la ricetta per progetti di branded entertainment[Home](#) / [ADVexpress](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Eventi](#) / Summit OBE. Il Branded Entertainment si...

Eventi

## Summit OBE. Il Branded Entertainment si racconta: crescita, mercato, best case e modelli di business

International keynote speaker, rappresentanti della industry, interventi inspiring e presentazione delle ultime ricerche OBE: questa la ricetta che ha reso l'evento unico e imperdibile per i manager del settore.

**OBE - Osservatorio Branded Entertainment**, l'associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca, ha rinnovato l'appuntamento con **OBE Summit - "Brands Meet Entertainment"**. Presso la **Fondazione Giangiacomo Feltrinelli**, in Viale Pasubio 5, a Milano, si è svolto l'evento annuale dedicato al **Branded Entertainment** organizzato dall'associazione di cui è presidente **Laura Corbetta**, CEO di **YAM112003**, che fa il punto sullo stato del mercato e sulle tendenze future.

Attiva dal **2013**, OBE è l'Associazione che in Italia rappresenta tutte le aziende che investono o producono BE: dalle aziende inserzioniste, ai centri media, le concessionarie, le agenzie, le case di produzione, gli editori. L'Osservatorio si ripropone di promuovere la «**crescita sana**» del settore del branded entertainment presidiando alcuni temi-chiave rilevanti per tutto il comparto: la misurazione dell'efficacia, la normativa, l'incremento di conoscenze e competenze, e la conseguente azione divulgatrice, il dialogo costruttivo tra i player di mercato.

Moderato da **Matteo Caccia**, il Summit ha visto la partecipazione di alcuni tra i più riconosciuti esperti di branded entertainment a livello internazionale: **Mike Wiese**, SVP Branded Content – National Geographic Partners, **Jim Piercy**, Creative Director for EMEA & ASIA, The Wall Street Journal – Custom Service, fotografano il mercato internazionale e i principali trend in evoluzione.

*Voice Activation/Recognition, Gamification, Artificial Intelligence e Disruptors*, sono i principali trend globali in ambito Branded Content individuati nel suo intervento da **Andrew Canter**, CEO – BCMA (Branded Content Marketing Association), che ha evidenziato anche che il branded content funziona quando genera valore per la somma di tre elementi: il brand, il distributore e per il produttore.

**Sergio Pappalettera**, Art Director, fondatore di Studio Prodesign e collaboratore per le performance live e i progetti grafici di Lorenzo Cherubini, in arte Jovanotti, e di altri grandi artisti italiani, ha spiegato l'importanza del *visual design* e del linguaggio grafico nella costruzione dei contenuti, anche branded.

A fotografare il mercato italiano, **Luca Josi**, SVP Brand Strategy & Media di TIM, **Stefania Strasserra**, Head of Digital IBU di San Pellegrino, e **Silvia Bassignani**, Head of Communication and Customer Marketing di Conad, con i racconti relativi all'efficacia della strategia basata sul branded entertainment delle tre grandi aziende italiane che rappresentano. **Fabrizio Paschina**, Head of Adversing & Web di Intesa San Paolo, **Carlo Noseda**, Managing Partner di M&C Saatchi ed **Emanuele Landi**, Director Media Sales & Partnership di Fox Networks Group, hanno commentato i trend in atto e gli attori coinvolti.

A **Massimo Crotti**, Sales Director Large Account di Italiaonline, il compito di raccontare come la tecnologia aiuta a costruire un Branded Entertainment efficace, mentre in chiusura **Simonetta Consiglio**, Direttore Marketing e Comunicazione di Sisal, **Mirko Lagonegro**, CEO di DigitalMDE, **Marco Pontini**, Direttore Generale Marketing e Commerciale di RadiolItalia e **Alessandra Scaglioni**, Responsabile Palinsesti Radio24, hanno commentato lo stato attuale del mercato radio legato al BE e le sue potenzialità future.

Sono intervenuti anche i The Jackal che, intervistati da **Marianna Ghirlanda**, Head of Creative Partnership di Google, hanno raccontato il contenuto creato in occasione di Sanremo 2018: efficace esempio di integrazione TV e digital, oltre il "second screen".



"OBE Summit è un'opportunità rara di incontro e networking con tutti i protagonisti del branded entertainment in Italia – commenta **Anna Gavazzi** (foto a sinistra), Direttore Generale OBE – Approfittando del fatto che sono riuniti e ben rappresentati alcuni dei player italiani più significativi in tema di BE, il Summit è l'occasione migliore per presentare i risultati delle due ultime ricerche

promosse dall'Osservatorio: **la nuova edizione dell'indagine sul Mercato del BE in Italia** – con insight su investimenti, attori, filiera e strategia – condotta da OBE in collaborazione con **Havas Media Group**. Inoltre, ricerca sull'efficacia dei video di BE sul Web, condotta da OBE in collaborazione con **Doxa, Omnicom Media Group e Discovery**. L'ultimo anno di intensa attività dell'Osservatorio, forte di un nuovo Consiglio Direttivo e di un rinnovato imprinting, trova il suo momento di consacrazione e verifica in OBE Summit. Molto è stato fatto in termini di «*definizione condivisa*», *autoregolamentazione*, *sviluppo dei modelli di business*, *divulgazione delle conoscenze*. Oggi siamo qui, ospiti di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, per condividere lo stato dell'arte del mercato italiano del BE, le best case, il potenziale creativo e comunicativo del branded entertainment. Mi auguro che le molte aziende che hanno scelto di intervenire oggi, e che magari non conoscono ancora bene l'Osservatorio e le sue molteplici iniziative, trovino spunti interessanti per continuare o iniziare a investire nel BE, e per scegliere di approfondire e supportare il lavoro dell'Associazione. Rivendico la natura inclusiva e partecipativa di OBE, e ritengo essenziale che l'Osservatorio prosegua in questa fase di ricerca e creazione di valore, per sostenere lo sviluppo del mercato a beneficio di tutti gli operatori".



"OBE Summit è l'occasione migliore in cui, come Presidente, anche a nome di tutto il Consiglio Direttivo che con me si è insediato poco più di un anno fa, posso operare un primo bilancio delle attività da noi promosse come Associazione. – dichiara **Laura Corbetta** (foto a sinistra), Presidente di OBE e CEO di YAM112003 – Nell'ultimo anno OBE è diventato, grazie anche al supporto e al prestigio dei propri associati, un

interlocutore importante e autorevole sul BE per tutti i suoi stakeholder: **le istituzioni**, che abbiamo incontrato e con le quali è aperto il dialogo e il confronto costante - penso ad AGCOM e Antitrust, coinvolte in un evento promosso in collaborazione con il nostro partner Chiomenti e ospitato lo scorso marzo presso la Biblioteca del Senato. Il **mondo associativo** - **Assocom, UPA, IAB** - con il quale collaboriamo attivamente su tematiche di interesse comune. Il **mondo accademico** - **IED, Università Cattolica, IULM** - con il quale lavoriamo insieme per contribuire a sviluppare le competenze che il mercato del BE richiede ai giovani che si affacciano nel mondo del lavoro. **La stampa di settore**, che ci sostiene nel promuovere il BE come nuova leva di comunicazione e racconta best practice e casi di successo. Siamo davvero soddisfatti dei risultati raggiunti: l'interesse e il riconoscimento per OBE sono in crescita e testimoniano in parallelo un sempre maggiore interesse per il branded entertainment. Il mercato è vitale e prolifico. C'è ancora molto lavoro da fare, ma le eccellenze italiane stanno emergendo sempre più numerose. Confidiamo di avere presto a bordo di OBE un numero sempre maggiore di aziende investitrici, consapevoli che l'Associazione è un luogo di confronto non comune, **un osservatorio privilegiato e autorevole del mercato italiano del BE**, dove si lavora all'identificazione di modelli e linee guida condivise. Per una crescita regolamentata e «sana» del settore in Italia".

 LEGGI le ultime notizie della sezione

### Adverteam vince gara e tinge Palazzo Reale di blu Nivea

17/05/2018 16:50

### Summit OBE. Nel 2018 in Italia il mercato del Branded Entertainment varrà 421 mln, +16,9% rispetto al 2017. Largo consumo, Fashion e Automotive i big spender

17/05/2018 16:12

### Summit OBE. Il Branded Entertainment si racconta: crescita, mercato, best case e modelli di business

17/05/2018 10:02

### Martin Sorrell il 22 giugno a Cannes con Ken Auletta

16/05/2018 22:30

### Merlo vince gara e firma il lancio della nuova Mercedes-Benz Classe A

16/05/2018 18:42

### Le Balene cura il progetto creativo che valorizza all'insegna dell'arte il Bilancio Pirelli 'Data meets passion'. Emiliano Ponzi realizza 5 illustrazioni immersive in virtual reality

16/05/2018 14:55

### Wired Next Fest 2018 a Milano dal 25 al 27 maggio. Raccolta festival a +15%. Wired punta sempre di più su eventi e sponsorizzazioni che rappresentano il 40% del totale raccolta. Piano B firma l'exhibit & design production del festival

15/05/2018 21:14

### Il 17 maggio a Milano il Summit OBE. Fari puntati sul mercato attuale e sulle tendenze future del Branded Entertainment

14/05/2018 22:55

### Cosmopolitan Beauty & Body Run: l'evento dedicato a bellezza, benessere e fitness ha superato gli obiettivi di fatturato prefissati, generando una crescita del 10% rispetto allo scorso anno

14/05/2018 19:02