

Advertiser
COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ brand/content & entertainment

OBE: RIPARTONO I WORKSHOP. 35
ASSOCIATI NEL 2017, NUOVI
INGRESSI NEI PROSSIMI MESI

18 Gennaio 2018



YAM 112003. LAURA CORBETTA

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, inaugura il nuovo anno raccogliendo intorno a sé, nell'Aula Magna dello **IED-Istituto Europeo di Design**, i principali player della filiera del BE in occasione del workshop *"Branded Entertainment: mercato, metodologie e modelli di business"*, primo appuntamento 2018 del ciclo *"Branded Entertainment: le regole del gioco"* promosso dall'Osservatorio per indagare insieme ai protagonisti del mercato le leve e le scelte strategiche alla base di un progetto di BE e le relazioni tra i diversi stakeholder.

Una mattinata di lavoro intensa in cui alcuni dei testimoni principali del branded entertainment si sono confrontati sui modelli di business esistenti e su casi di attualità.

BRANDED ENTERTAINMENT: SCENARIO E MODELLI DI BUSINESS

Francesco Cordani, Head of MarCom, SAMSUNG
Alessandro Lacovara, Managing Director, PHD, OMNICOM MEDIA GROUP
Enrico Marangoni, Responsabile Product Placement & Branded Content, RAI PUBBLICITÀ
Gesulado Vercio, Direttore REAL TIME, DISCOVERY MEDIA

BRAND INTEGRATION: IL CASO X-FACTOR

Viviana Pellegrini, Head of Branded Entertainment, SKY ITALIA
Roberta Zamboni, Head of Branded Entertainment, FREMANTLE MEDIA
Giovanni Uboldi, Direttore Marketing, SKY MEDIA

ORIGINAL PRODUCTION: IL CASO UPGRADE

Laura Casarotto, Direttore di Italia 1, Direzione Marketing MEDIASET
Pietro Enrico, Cross Media & Branded Entertainment Director, PUBLITALIA
Alberto Rossini, General Manager, YAM112003

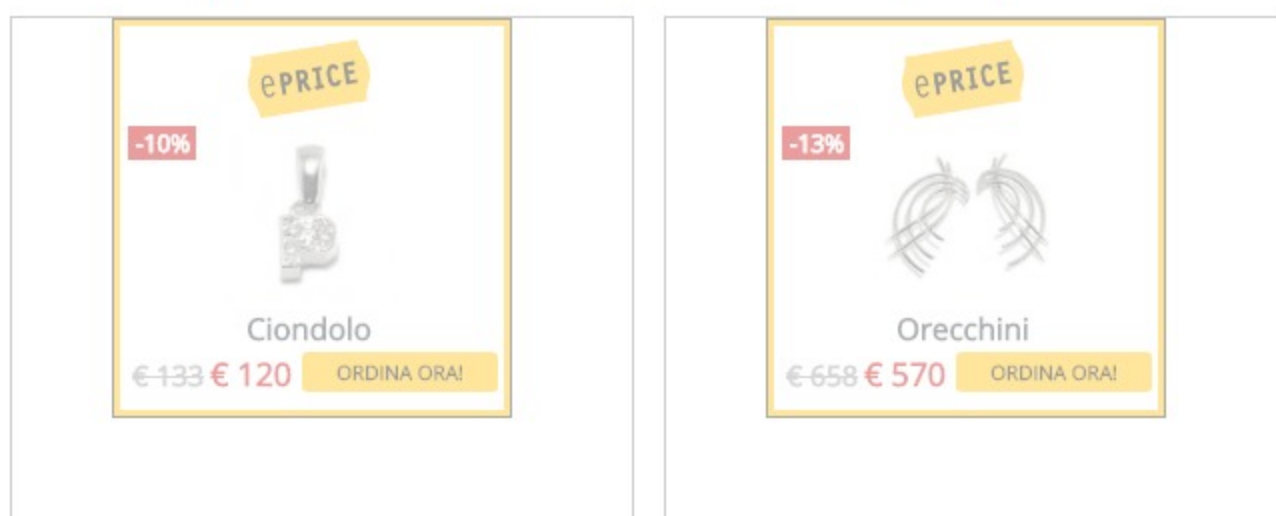
YOUTUBE: IL BRANDED ENTERTAINMENT VIDEO NEL PANORAMA DIGITAL

Marianna Ghirlanda, Head of Creative Partnership, GOOGLE

4 POINTS OF VIEW: IL MERCATO DEL BE IN ITALIA

Paola Passoni, Head of The Story Lab, DENTSU AEGIS NETWORK
Giovanni Porro, Executive Creative Director, HAVAS GROUP
Marco La Magna, Head of Branded Content, MAGNOLIA
Emanuele Landi, Director AD Sales & Brand Integration, FOX

"OBE comincia il 2018 all'insegna dell'entusiasmo e della voglia di fare. Questo nuovo appuntamento – il secondo di una serie dedicato alle "regole del gioco" del BE – vede riuniti 15 rappresentanti di rilievo di altrettante realtà tra le più significative del mercato della comunicazione", dichiara **Laura Corbetta**, Presidente di OBE e CEO di YAM112003. "Per l'Associazione significa contribuire concretamente alla creazione di occasioni di confronto e generare valore per tutti gli attori della filiera. Nei prossimi mesi, poi, OBE sarà attivo con altri eventi: a febbraio, ospiti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, parleremo di efficacia del BE in termini di obiettivi e kpi; il prossimo 21 marzo, invece, si terrà il Summit OBE, con numerosi contributi di livello internazionale e la presentazione di due delle ricerche in corso, la prima tesa a mappare il mercato del BE in Italia, la seconda, in partnership con Google, incentrata sull'efficacia del BE digital. Siamo davvero contenti dei risultati raggiunti: l'interesse e il riconoscimento per OBE sono in crescita, a testimonianza di un sempre maggiore interesse per il branded entertainment. Ne è un dato tangibile il numero crescente dei nostri soci: abbiamo chiuso il 2017 con 35 associati e ci apprestiamo a comunicare l'ingresso di nuovi soci già dai prossimi mesi".

**TAGS**

branded entertainment, OBE, laura corbetta

ARTICOLI CORRELATI

- Osservatorio Branded Entertainment: entrano Fargo Film e Stand By Me
- Osservatorio Branded Entertainment: Publicis Italia entra come prima tra le agenzie
- Eletto il nuovo Consiglio dell'OBE. Laura Corbetta Presidente

0 commenti

Ordina per Meno recenti



Aggiungi un commento...

f Plug-in Commenti di Facebook

**BRAND**

• La campagna Spring/Summer 2018 di Reebok Classic celebra chi esprime sé stesso

• Irinox lancia Fresco Club, la gamification che dà vita a una community online

• OBE: ripartono i workshop. 35 associati nel 2017, nuovi ingressi nei prossimi mesi

MEDIA

• Emergency e Ogilvy raccontano la storia di Jalal, per rendere il 2018 un anno migliore

• Rai Pubblicità, ecco l'offerta commerciale per le Olimpiadi Invernali di PyeongChang 2018

• I desideri fantastici dei bambini meno fortunati nel nuovo spot di Progetto Area e Aragorn

MOBILE

• Officina presenta al CES 2018 di Las Vegas la nuova event sharing app NOWR

• Mapp Digital: 9 consigli per gestire le campagne mobile durante le feste di Natale

• GialloZafferano lancia la nuova app arricchita di funzionalità e user friendly

RICERCHE

• Audiweb Novembre 2017: online il 60.6% degli italiani dai 2 anni in su per un totale di 46 ore

• Kantar Millward Brown rivela insight su come progettare campagne integrate, adeguate ai diversi canali

• Nielsen: Il mercato degli investimenti pubblicitari a +2,9% nel mese di novembre

AZIENDE

• Connexia presenta Chatbots for Work, il chatbot che rivoluziona la comunicazione in azienda

• GDPR ed e-Privacy – dalla teoria alla pratica. Un successo la primo IAB Digital Academy

• Espansione e nuove sfide: gli obiettivi 2018 di Pro Web Consulting

AGENZIE

• Armando Testa si aggiudica la gara Consorcio. In Tv a tarda primavera.

• GDPR ed e-Privacy – dalla teoria alla pratica. Un successo la primo IAB Digital Academy

• Momondo comunica con Hotwire in Italia

PEOPLE

• Riccardo Barberis è il nuovo amministratore delegato

• Cedric Mimouni alla guida per l'area mediterranea

• Nicola Gasperini nominato amministratore delegato