



18 gennaio 2018

Nel 2018 si riparte da "Branded Entertainment: mercato, metodologie e modelli di business"

Categoria: Sponsorship, partnership, eventi e award



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, dedicata a misurarsi sui modelli di business esistenti con alcuni dei testimoni principali del branded

entertainment:

BRANDED ENTERTAINMENT: SCENARIO E MODELLI DI BUSINESS

Francesco Cordani, Head of MarCom, SAMSUNG
Alessandro Lacovara, Managing Director, PHD, OMNICO 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".

« Italgreen sponsor tecnico ufficiale... A Smau 2018 i modelli più...»

<- Indietro a: News

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

AIPEM-VODU

AND COMMUNICATION

AQUATTRO

BLINK #MillennialCommunica

CATONI ASSOCIATI

EARLYMORNING

EXPANSION GROUP

FULLBRAND

HOMINA

LUMINARI

OTTOSUNOVE

PI&C

PIANO B

PUBLICIS

PUBLIONE

CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI