

/ appuntamenti

OBE A MILANO CON 'BRANDED ENTERTAINMENT: MERCATO, METODOLOGIE E MODELLI DI BUSINESS'

19 GENNAIO 2018



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, ha inaugurato 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'**.

Quello di ieri è stato il 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.

“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 fiera. nNei 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”.

Il programma e i protagonisti della giornata

Branded entertainment: scenario e modelli di business

- Francesco Cordani, *Head of MarCom, Samsung*
- Alessandro Lacovara, *Managing Director, PHD, OMG*
- 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, Freemantle 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*

Condividi [f](#) [t](#) [s](#) [Mi piace 0](#) [G+](#) [Tweet](#) [in](#) [Share](#) [Salva](#) [Submit](#) [✉](#)



TAGS

osservatorio Branded Entertainment, laura corbetta, OBE, OBE – Osservatorio Branded Entertainment, Branded Entertainment: mercato metodologie e modelli di business

ARTICOLI CORRELATI

- FARGOfilm festeggia 40 anni e chiude il 2017 oltre i 6,5 milioni di euro
- OBE-Osservatorio Branded Entertainment: entrano Fox Networks Group Italy e Mediaset
- 'Il Mistero Sottile' di BTicino e The Story Group vince il GrandPrix Relational Strategies

Latest news | marketing

18.01.2018
MARKETING / appuntamenti
OBE a Milano con 'Branded Entertainment: mercato, metodologie e modelli di business'

17.01.2018
MARKETING / aziende
Benedetto Levi nominato ad di Iliad Italia

10.01.2018
MARKETING / aziende
Toby Bradon è il nuovo managing director di The Space Cinema

22.12.2017
MARKETING / brand
Electrolux torna protagonista a Masterchef Italia

22.12.2017
MARKETING / aziende
Swarovski, strategia omnicanale per il Natale con Laird + Partners e Havas Media

Most read

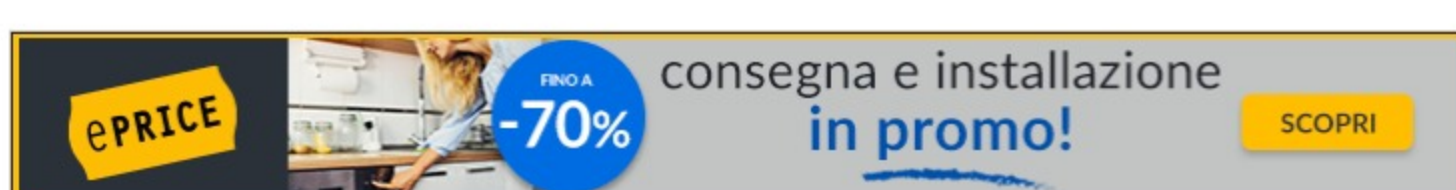
20.06.2017
CREATIVITY / cannes lions
(Ruota) Panoramica sul Festival della Creatività di Cannes

25.01.2017
DIGITAL / ricerche
Smartphone e tablet della discordia

28.10.2016
DIGITAL / premi
A Warner Music Italia, The Show, Scotces, Matt&Bise e Jok3r il Gold Play Button di YouTube

17.07.2017
DIGITAL / incarichi
Mirabilandia tra i primi a scegliere il Real Attribution di TradeTracker

23.06.2017
MEDIA / stampa
Mondadori, la raccolta cartacea dei Periodici nei primi 5 mesi 2017 a -5,2%. Digitale a +1,8%



SECTIONS	NEWS & MAGAZINE	SERVICES	AWARDS & EVENTS	OUR LINK
CREATIVITY MARKETING MEDIA DIGITAL PITCH WORLD PEOPLE DATACENTER GUEST ROOM	IL TODAY PI IL MENSILE PI MULTIMEDIA NEWS AGENDA	NEWS ALERT FEED RSS	GRANDPRIX ADVERTISING STRATEGIES BRAND IDENTITY GRANDPRIX RELATIONAL STRATEGIES GRANDPRIX	ADVERTISER.IT L'ANNUAL MYMARKETING.NET TELEVISIONET.TV toBE MAGAZINE