

24ORE BUSINESS SCHOOL
MASTER ON LINE

SOCIAL MEDIA COMMUNICATION

Le competenze del social media manager per gestire la reputazione online e generare inbound

MILANO, DAL 18 APRILE 2018 - 5 mesi online - 7ª Ed.

Scopri di più su: bs.ilsole24ore.com/master-online-socialmedia

segui su:   

Osservatorio Branded Entertainment Entrano altre due strutture, Ogilvy e Mattel sono i nuovi associati

di Sara Clementi

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, raccogliendo intorno a sé i principali player della filiera del branded entertainment, annuncia l'ingresso tra i propri associati di due nuovi rappresentanti della produzione di BE, Ogilvy e Mattel. "We sell or else" è la citazione di David Ogilvy che meglio rappresenta Ogilvy Italy, l'agenzia del Gruppo Ogilvy & Mather universalmente noto per la creatività e l'efficacia che lo caratterizzano in termini di approccio e di risultati. La multidisciplinarietà in Ogilvy si traduce in un insieme di expertise che convivono e interagiscono per rispondere efficacemente alle sfide dei maggiori brand locali e internazionali. Una realtà curiosa e dinamica, in cui il digitale è pervasivo e l'innovazione è parte integrante del Dna.

Making Brands Matter

"Making Brands Matter è una vera ossessione in Ogilvy, e per noi è naturale condividere il progetto dell'Osservatorio Branded Entertainment e concorrere a promuovere la diffusione del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione di marca - dichiara Guerino Delfino, Chairman e Ceo di Ogilvy Italy -. In Ogilvy abbiamo abbracciato la cultura digitale in tempi non sospetti, e da subito ci siamo trovati a contaminare il linguaggio della pubblicità con

Doppia new entry per il primo e unico organismo associativo attivo in Italia per rappresentare le più importanti aziende che investono, producono, distribuiscono e creano branded entertainment E il 21 marzo ci sarà il Summit annuale



quello proveniente da altre forme d'intrattenimento". "Inspiring the wonder of childhood" è invece la proposition di Mattel, tra le più grandi e prestigiose case produttrici di giocattoli al mondo, ideatrice di tanti prodotti celebri, che hanno fatto la storia, sognare e reso felici generazioni di bambini. Mattel sceglie di entrare a far parte dell'Osservatorio Branded Entertainment con un obiettivo preciso: approfondire sempre di più contesto e ambiti

di sperimentazione e produzione del branded content, partecipando attivamente al confronto in corso con tutti gli attori della filiera del BE, ben rappresentati, costantemente informati e coinvolti nelle attività e iniziative promosse dall'Osservatorio.

I commenti

"L'ingresso in OBE di Ogilvy e Mattel Italy anticipa un 2018 davvero pieno di novità per l'Osservatorio e conferma la valenza in-

clusiva del progetto associativo, una formula inaugurata e fortemente sostenuta dal Presidente Laura Corbetta e dai Consiglieri del nuovo Direttivo, insediatosi esattamente un anno fa - dichiara Anna Gavazzi, Direttore Generale di OBE -. Sono molto soddisfatta di vedere i primi frutti del gran lavoro di relazione e condivisione fatto fin qui insieme ai nostri soci, un'ulteriore conferma del ruolo indiscusso di OBE come unico referente istituzionale italiano per il branded entertainment. Nei primi due mesi dell'anno abbiamo già costruito due momenti di confronto intorno al BE, all'interno del ciclo di incontri promossi dall'Osservatorio "Branded Entertainment: le regole del gioco"; in entrambe le occasioni abbiamo potuto focalizzarci meglio sulle esigenze del mercato di riferimento e degli operatori, entrando nel merito dei modelli di business possibili, approfondendo metriche e KPI. Il prossimo mese tutto questo fermento si tradurrà in un nuovo incontro, il 15 marzo a Roma, per parlare ancora di trasparenza, normativa e autoregolamentazione, mettendo questa volta intorno allo stesso tavolo brand, operatori e istituzioni. Un percorso prezioso e entusiasmante, che troverà il suo pieno compimento il 21 marzo nell'annuale Summit OBE, ospitato presso la Fondazione Feltrinelli, cui parteciperanno numerosi ospiti internazionali e verranno presentati i risultati di due delle ricerche in corso, incentrate sulla mappatura del mercato del BE in Italia e sulla valutazione dell'efficacia del BE video in ambito web", conclude Anna Gavazzi.