



UPDATE: Certamente - Inspiring Neuromarketing Days

Home / ADVexpress / News / Interviste / Corbetta: "L'OBE cresce con sei nuovi ingressi..."

06/12/2017 15:39



Interviste

Corbetta: "L'OBE cresce con sei nuovi ingressi negli ultimi due mesi e potenzia le attività per far comprendere le grandi opportunità offerte dal brand entertainment allo storytelling di marca"

Tra ottobre e novembre sono entrate a far parte dell'Osservatorio presieduto da Laura Corbetta Stand by Me, Fargo Film, Brandstories, Cairo Pubblicità, Fox Networks e Mediaset. Come spiega il presidente Laura Corbetta ad ADVexpress, prosegue l'impegno dell'associazione per lo sviluppo del brand entertainment come leva importante del marketing mix delle aziende.

Tempo di bilanci per **OBE, l'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. Si tratta di **Fox Networks Group Italy e Mediaset** (leggi [news](#)). Per l'occasione, a margine del Galà degli NC Digital Awards 2017, svoltosi lo scorso 28 novembre a Milano, che ha visto la professionista coinvolta come giurata del premio di ADC Group, abbiamo intervistato **Laura Corbetta**, presidente dell'Associazione, che ha tirato le somme di un anno ricco di attività.

"Quest'anno è proseguito l'impegno nell'analisi e nell'approfondimento scientifico dei temi legati al Brand Entertainment, con l'obiettivo, tra l'altro, di creare divulgazione e formazione ma soprattutto per favorire lo sviluppo di questa disciplina come leva importante del marketing mix". Positivo anche il bilancio degli ultimi ingressi all'interno dell'OBE, che si è arricchito dell'adesione, tra ottobre e novembre, di **Stand by Me, Fargo Film, Brandstories, Cairo Pubblicità, oltre ai già citati Fox Networks e Mediaset**.

"Con queste new entries si definisce e rafforza la configurazione dell'associazione che conta al suo interno tutte le anime dell'industry, i principali editori, i broadcaster tv, i publisher, agenzie creative digitali, centri media, concessionarie e i maggiori brand" commenta Corbetta.

"Ora la nostra attenzione andrà nella direzione di creare un'unica normativa sul tema del BE per tutti gli attori, con la definizione di regole chiare e condivise dal mercato che consentano di dare ulteriore sviluppo al **brand entertainment**, una risorsa preziosa per il mercato della comunicazione che sta rivedendo i criteri di investimento orientando le risorse su discipline più efficaci e legate allo storytelling di marca. Il brand entertainment e il coinvolgimento dei marchi in storie rilevanti per i pubblici di riferimento rappresentano una grande opportunità per le aziende ed hanno ampi margini di sviluppo. Ci impegneremo per educare le aziende a comprendere i vantaggi che il brand entertainment porta con sé".

Infine, non poteva mancare un commento agli **NC Digital Awards 2017**, che hanno visto Corbetta coinvolta nella giuria. "Il premio di ADC Group rappresenta un grande momento di confronto tra gli operatori e un'occasione per conoscere le ultime tendenze del mercato. Anche quest'anno la giuria è stata coesa nel promuovere i progetti migliori sia per creatività che per utilizzo di linguaggi innovativi e utilizzo di piattaforme di diffusione. Il premio ha voluto riconoscere soprattutto la capacità di costruire ecosistemi integrati di comunicazione in grado di rispondere alle esigenze attuali di comunicazione, di marketing e di business delle aziende".

LEGGI le ultime notizie della sezione

Iabichino (Ogilvy): "Ascolto della rete e consumer insight le basi per un'idea creativa e una strategia di successo. Da condire con coerenza di marca e contenuti dedicati. Lo confermano Nutella e un dosa caffè"

15/04/2018 14:32

OBE. Il Brand Entertainment è una leva sempre più rilevante per legare i brand alle loro audience, che richiede regole 'su misura', nel segno della trasparenza

10/04/2018 18:04

De Rita, Josi, Mendelsohn e Antonio Ricci relatori a UPASETTANTA. Sassoli: "Un summit per parlare di OTT, comunicazione mainstream e nuova creatività. L'accordo Sky-Mediaset idea geniale che spinge gli investimenti. Mercato in uno 'stallo messicano'"

04/04/2018 15:10

Belli (A.Testa): "Da noi creatività e strategia le priorità su cui investire. Le efficienze si fanno su altro. Puntiamo su una 'creatività emotion driven grazie ai dati' per l'effetto 'pelle d'oca'"

28/03/2018 15:21

Vittorio Bonori (Zenith): "La fiducia resta un elemento centrale, anche per le piattaforme digitali. La disruption? Coinvolge tutte le industry ed è un'opportunità per reinventarci"

26/03/2018 19:31

Morbello (Candy): "Nessuna gara media per l'Italia. Rapporti diretti dell'azienda con le concessionarie e consulenza di Wavemaker. Pitch in Francia, Uk e Russia. Budget a +30%"

21/02/2018 21:30

Giancarlo Cani (Rai Pubblicità): "Per Sanremo 2018 ben 200 investitori, raccolta record da 1,1 mln sul digital e con Tim sodalizio raro tra inserzionista e broadcaster. Format appetibile anche per i giovani"

13/02/2018 23:40

Gian Luca De Sario (Wind Tre), ecco le strategie di media planning realizzate con Dentsu Aegis Network. Parole chiave: target, tv, touchpoints digitali, territorio

05/02/2018 15:20

Souldesigner: 2017 a +30% e raddoppio di business e clienti negli Usa per il 2018. Franzini: "Cresce l'offerta di experience memorabili e multiplatforma, consulenza strategica, digital transformation e produzione"

01/02/2018 10:51

Lidi Grimaldi (Interbrand): "Esperienze rilevanti, design strategico e purpose le parole chiave del branding per le aziende, dove i CEO diventano Chief Experience Officer"

30/01/2018 11:42