



W Hotel Barcellona, 23 -24 maggio 2013

Interact, Barcellona 2013

L'Oréal, Renault, Unilever e Nestlé a confronto su 'La battaglia degli schermi: competere o collaborare?'

Milano, 22 aprile 2013 – **La battaglia degli schermi: competere o collaborare?** Questo il tema al centro della settima edizione di **Interact**, che il 23 e 24 maggio 2013 riunirà i principali investitori europei, agenzie, media owners, esperti, decisori politici e stakeholder, presso il **W Hotel di Barcellona**, per due giorni di dibattito sulla **nuova convergenza tra i mezzi di comunicazione**.

L'evento punterà i riflettori **sulle strategie per rispondere alla sfida della crescente frammentazione dei media e della proliferazione degli schermi** e per aiutare le aziende a comprendere i cambiamenti in atto per offrire una migliore brand experience ai propri clienti.

Grazie all'esplosione dell'utilizzo di smartphone e tablet, i consumatori utilizzano già diversi schermi ovunque e in qualsiasi momento per ottenere ciò che vogliono, quando vogliono. Quali quindi le opportunità per aziende, agenzie e case editrici? Come liberare tutto il potenziale delle diverse piattaforme oggi a disposizione, creando esperienze uniche per i consumatori?

Tra i protagonisti che risponderanno a queste domande, **Georges-Edouard Dias**, Senior Vice President digital business di L'Oréal, **Patrick Hoffstetter**, Director of The Digital Factory di Renault, **Geoff Seeley**, Global Communications Planning Director di Unilever and **Pete Blackshaw**, Global Head of Digital & Social Media di Nestlé, che discuteranno della nuova commistione degli schermi che consegue dal radicale cambiamento del consumatore.

Il **primo giorno** - 23 maggio - esperti del settore presenteranno gli ultimi sviluppi in ambito digitale attraverso tre filoni tematici:

- Digital business trends (che includono i risultati annuali Benchmark Adex), ricerche sul consumatore e iniziative di standardizzazione in Europa
- Aggiornamenti sulle nuove proposte normative per la privacy, limiti legali e rischi regolamentari dell'universo multi-screen, autoregolamentazione per la pubblicità comportamentale online
- Ispirazione da e per l'industria della pubblicità attraverso vetrine creative, campagne digitali pluripremiate, ultime tecnologie e innovazioni digitali.

Il **secondo giorno** sarà focalizzato sulle strategie e le tattiche dei leader digitali, attraverso keynote speech su:

- Le risposte delle agenzie alla sfida dell'universo multi-schermo e il consumatore post-digitale
- L'innovazione nella esperienza di consumo di contenuti e brand su più dispositivi
- Le iniziative dei grandi brand per coinvolgere il consumatore su più schermi
- Le strategie vincenti dei publisher
- Gli ultimi strumenti per misurare il pubblico in evoluzione e valutare l'impatto pubblicitario.

Nel corso dell'Interact Gala Awards Dinner, saranno conferiti i prestigiosi premi **'MIXX Europe'** e **'Research Awards'**, che celebrano le migliori campagne interattive e i più significativi progetti di media research dell'anno. Per il secondo anno consecutivo, IAB Italia sarà rappresentata in giuria da **Serena Belloni**, esperta di digital media, oltre che dei trend emergenti della TV interattiva e del mobile advertising.

Per ulteriori informazioni:

<http://www.interactcongress.eu/>

<http://www.interactcongress.eu/visitors/55/Research-Awards.html>

<http://www.mixxawardseurope.eu/>

Ufficio stampa IAB ITALIA

Antonella Violante - antonella.violante@bm.com ; Teresa Munaò – teresa.munao@bm.com

Burson Marsteller - Tel. 02 72143.1