



COMUNICATO STAMPA

IAB Seminar Video Advertising Strategy #iabvideo14: dalle stime di mercato al confronto con i protagonisti, un'occasione unica di condivisione sulle strategie video

Ospiti d'eccezione Tarsem Singh, regista pubblicitario e cinematografico di fama mondiale, e Karim Bartoletti, pluripremiato producer e partner di Filmmaster Productions

Milano, 10 ottobre 2014 – IAB Seminar torna il **16 ottobre a Milano**, a partire dalle 9.00, presso la sede de **Il Sole 24 Ore** (Sala Collina - Via Monte Rosa 91), con un appuntamento dedicato alla **Video Advertising Strategy**.

Un incontro particolarmente attuale, ricco di contenuti e speaker nazionali e internazionali, per stimolare un confronto tra i più importanti player di mercato sulle strategie video da adottare, cavalcando l'onda di un segmento che in Italia ha ancora ampi margini di crescita.

Ospiti d'eccezione dell'incontro sono **Tarsem Singh e Karim Bartoletti**. Tarsem Singh, regista visionario, indiano d'origine e americano d'adozione, conosciuto in tutto il mondo per aver firmato alcune delle campagne ADV più famose di realtà come Nike, Levi's, Coca Cola e Mulino Bianco, e per essersi poi dedicato alla regia di pellicole di successo come *The Cell* e *The Fall*, e dei più recenti *Immortals* e *Biancaneve*, racconterà la sua esperienza per sottolineare il fondamentale ruolo dello storytelling, elemento centrale nella comunicazione digitale. Interverrà insieme a lui Karim Bartoletti, Socio ed Executive Producer di Filmmaster Productions, che vanta una importante esperienza internazionale e che in Italia ha realizzato alcune campagne memorabili per Algida, Durex, Hotpoint, Fiat e Coca Cola.

Moderatore di questa sessione dedicata alla creatività nell'ambito della comunicazione digitale sarà **Aldo Agostinelli, Consigliere IAB Italia**, che ha commentato: *"L'incontro ha l'obiettivo di offrire un'overview esaustiva su strumenti e strategie per operare efficacemente in questo segmento che presenta interessanti potenzialità e per orientare al meglio le scelte di*



COMUNICATO STAMPA

investimento delle aziende in uno scenario che vede internet sempre più protagonista della comunicazione. La creatività è sicuramente una chiave fondamentale per la riuscita delle campagne video, nell'ottica di coinvolgere e interessare gli utenti. Per questo abbiamo invitato Tarsem Singh, un "mago" della comunicazione visiva, regista di fama mondiale in ambito pubblicitario oltre che cinematografico, che offrirà, insieme a Karim Bartoletti, un nuovo e interessante punto di vista ai partecipanti."

Sarà **Carlo Nosedà, Presidente IAB Italia**, a dare il via alla mattinata di lavori, a cui seguirà l'intervento di **Riccardo Mangiaracina, Co-responsabile della Ricerca Osservatorio New Media e New Internet del Politecnico di Milano**, che presenterà i primi risultati del segmento video per il 2014 e gli highlights strategici. Mangiaracina si soffermerà anche sulle prospettive e le opportunità per il 2015.

Si alterneranno quindi gli interventi delle aziende, protagoniste del mercato, che presenteranno case history e approfondimenti sui temi più rilevanti del segmento video. **Lorenzo Montagna, Country Commercial Director di Yahoo Italia**, presenterà i risultati locali dello studio internazionale Shortcast 2, tracciando il profilo e le abitudini degli utenti che fruiscono di contenuti video digitali, e offrendo indicazioni e spunti in termini qualitativi e quantitativi sulle opportunità derivanti dall'analisi delle scelte dei consumatori.

Focalizzato sui trend di consumo sarà l'intervento di **Olivier Van Duüren, Global Solutions Strategy, GM, Microsoft Advertising & On-line**, che entrerà anche nello specifico del segmento Multiscreen, per mostrare come utilizzare al meglio tutti gli strumenti tecnologici disponibili per rispondere alle nuove esigenze degli utenti, che hanno ormai accesso all'esperienza online senza limiti temporali, territoriali e di device.

Marco Imperato, Head of Digital Media Mosaicon, illustrerà gli strumenti per la buona riuscita di una campagna online, evidenziando soprattutto i fattori legati all'ideazione dei contenuti, alla performance e all'engagement. In particolare, si soffermerà su WAVE, *Wighting Algoritm for Video Engagement*, il modello unico che consente di valutare una campagna in tutti i suoi elementi, prevedendone i risultati.

Chiude la prima parte della mattinata **Giuseppe Bronzino, MD at Teads**, che condividerà la strategia della Viewability, ovvero come fronteggiare il fenomeno dell'advertising invisibile – la parte di pubblicità non visualizzata dagli utenti – grazie all'outstream, che mira a posizionare



COMUNICATO STAMPA

gli annunci al di fuori del flusso dello streaming tradizionale, nell'ottica di non interferire con l'esperienza video utente.

La seconda parte della mattina, che si aprirà con l'intervento di **Tarsem Singh e Karim Bartoletti**, proseguirà con **Marco Caradonna, Ceo e Founder di Simple Agency**, che parlerà di *"True CPG & Video Conversion Story"* approfondendo alcuni aspetti salienti dell'implementazione della video strategy, e **Justine Saverine, Firefly Video General Manager di Exponential**, che tornerà sul tema dell'engagement, sottolineando l'importanza di catturare l'attenzione dei consumatori, anche attraverso la rottura degli schemi tradizionali. **Valerio Perego, Head of Agency Partnership di Facebook**, esplorerà il ruolo dei social network nella fruizione dei contenuti video, ponendo l'accento sul ruolo del mobile quale principale piattaforma di diffusione di video online.

Sponsor dell'appuntamento sono Facebook, Microsoft, Teads e Yahoo in qualità di platinum sponsor, ed Exponential, Italiaonline, Mosaicoon e Simple Agency in qualità di gold sponsor.

Il giorno dell'evento sarà possibile seguire IAB Seminar commentando su Twitter attraverso l'hashtag dedicato **#iabvideo14**.

Per partecipare a IAB Seminar è necessario registrarsi sul sito www.iabseminar.it. Le iscrizioni online chiuderanno il 15 ottobre alle 11.00 e sarà possibile iscriversi in loco la mattina dell'evento solo fino a esaurimento posti.

Informazioni su IAB Italia:

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su Internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media. Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa

Ufficio stampa IAB ITALIA



Antonella Violante - antonella.violante@bm.com
Teresa Munaò- teresa.munao@bm.com
Burson Marsteller
Tel. 02 721431

COMUNICATO STAMPA