

IAB Forum 2018 “I Am Everywhere - Challenges of Mobile Society”: svelati gli ospiti della [XVI edizione](#).

Oltre 20 interventi e più di 30 relatori per un confronto sull’impatto economico, etico e sociale del digitale.

Un digitale che mette al centro la persona e non l’utente, che crea un mercato equo e trasparente e che aspira a una maggiore qualità.

Milano, 10 ottobre 2018 – Al via il prossimo 12 e 13 novembre **IAB Forum**, il più importante appuntamento annuale italiano sulla comunicazione digitale, giunto alla sua **sedicesima edizione**. **Patrocinato** anche quest’anno dal **Comune di Milano**, vedrà la presenza dell’**Assessore alla Trasformazione Digitale e Servizi Civici Milano Roberta Cocco**, a conferma dell’importanza di questo incontro per la comunità meneghina e l’intera *industry*. Un evento imperdibile non solo per gli operatori del settore, ma per tutti i professionisti che vogliono avere un’anteprima su trend e innovazioni che guideranno il mercato dell’advertising a livello globale e locale. Due giornate accompagnate dal claim “**I Am Everywhere – Challenges of Mobile Society**”, che vuole mettere subito l’accento sul focus della manifestazione: **l’uomo e il suo rapporto con il digitale**, in una società - come quella odierna - sempre più alle prese con una tecnologia dirompente.

[Ospiti d’eccezione](#) provenienti dal mondo **scientifico, culturale, universitario, imprenditoriale, artistico e giornalistico** si alterneranno sul palco del Forum per condividere **visioni, riflessioni, idee creative e innovative** con l’obiettivo di rendere partecipe il pubblico in sala e favorire un dibattito sul futuro di uno dei settori più dinamici dell’economia.

Scenario Media

Partendo dall’analisi di quello che è lo stato dell’arte del mercato della pubblicità nel suo insieme e le sue prospettive di crescita, **Alberto Dal Sasso**, *Managing Director TAM & AD Intel Nielsen Italy*, presenterà in anteprima le proiezioni degli investimenti pubblicitari italiani all media 2018, mentre **Andrea Lamperti**, *Direttore dell’Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano*, si soffermerà sull’andamento dell’internet Adv.

Sarà invece **Constantine Kamaras**, *Co-Founder & Chairman Emeritus IAB Europe*, a offrire una panoramica degli advertising trend a livello europeo. Alle analisi seguirà una sessione di dibattito tra chi si interfaccia quotidianamente con le sfide del comparto: a portare sul palco la testimonianza di Brand, Agenzie e Publisher, **Gerry D’Angelo**, *Global Media Director P&G*,

Giulio Malegori, *CEO Dentsu Aegis Network EMEA*, e **Hamish Nicklin**, *Chief Revenue Officer Guardian News & Media*.

Il capitolo dedicato a “Scenario Media” si concluderà con l'intervento di **Aldo Agostinelli**, *Vicepresidente di IAB Italia*, che presenterà il nuovo **IAB Quality Index**, progetto che IAB Italia ha sviluppato per certificare la qualità dei bacini pubblicitari italiani con l'obiettivo di sostenere l'offerta pubblicitaria premium e garantire maggiore valore e trasparenza della filiera.

Etica e Digitale

In questa corsa incessante verso l'innovazione tecnologica, che trova nella rete il suo habitat, **a chi è affidata la Governance del web?** Come può **l'attuale regolamentazione europea e nazionale agevolare lo sviluppo dell'economia digitale**, trovando un **equilibrio tra conformità e flessibilità, etica e progresso tecnologico?** Il primo che cercherà di affrontare la delicata, seppur impellente, questione dell'etica digitale sarà l'eccentrico **Juergen Schmidhuber**, *Co-Founder & Chief Scientist NNAISENSE and Professor of AI, USI & SUPSI Switzerland*, sempre più convinto che saranno i robot a colonizzare l'universo e non l'uomo.

La **giornalista Barbara Serra** intervisterà **Ivana Bartoletti**, *Head of Privacy and Data Protection at Genserv, Media Commentator & Founder, Women Leading in AI Network*, che porrà l'accento su come **l'intelligenza artificiale** stia diventando un'espressione della mascolinità e come sia indispensabile intervenire prima che sia troppo tardi.

Seguirà il rinomato **Prof. Luciano Floridi**, *Ph.D, Oxford Internet Institute and Digital Ethics Lab, University of Oxford*, che, intervistato *dall'editorialista e presidente dell'Advisory Board di IAB Italia* **Ferruccio de Bortoli**, si soffermerà sull'importanza di un'etica digitale comportamentale. Chiuderà la prima giornata l'intervento di **Giuseppe Stigliano**, *Executive Director Europe AKQA (WPP Group)*, e **Philip Kotler**, *International Marketing Professor at Northwestern University Evanston (Illinois)*.

Per un Umanesimo Digitale

In un'epoca pervasa dalla tecnologia come cambia il rapporto tra città e cittadini? **Cosa cercano questi ultimi? Luoghi intelligenti o solo città più informatizzate?** È da queste riflessioni che partirà l'agenda della seconda giornata con le testimonianze di **Roberta Cocco**, *Assessore alla Trasformazione Digitale e ai Servizi Civici Milano*, **Elisabetta Ripa**, *AD Open Fiber e Membro Advisory Board di IAB Italia*, e Ceo di aziende che trainano lo sviluppo di nuovi servizi digitali.

Daan Roosegaarde, *Artist and Innovator, Founder of Studio Roosegaarde*, evidenzierà invece come la trasformazione digitale non può dimenticare che le città sono l'ambito di sviluppo delle relazioni sociali di chi le abita. E in questo contesto il 5G gioca un ruolo da facilitatore, come dimostrerà **Ryan Soutter**, *Head of Sales Engineering for the Americas for the ACT (Advertising Creative Technology)*.

Un capitolo importante verrà dedicato alla **blockchain**, che vedrà una rassegna molto originale a cura di **Jim Harris**, uno dei più importanti e disruptive speaker a livello mondiale.

Saranno invece **Federico Capeci**, *CEO Italy & Chief Digital Officer Kantar Insights Division*, e **Alibaba** a illustrare come i brand possono creare maggiore engagement in Cina grazie alla *data integration*.

In chiusura **Antonio Campo Dall'Orto**, *Membro Advisory Board IAB Italia*, con un intervento di vision dedicato all'importanza dei contenuti, e **Carlo Noseda**, *Presidente di IAB Italia*, con una call to action rivolta a tutto il settore e alle Istituzioni che collegialmente devono lavorare per uno sviluppo equo e trasparente del mercato.

Direttore Creativo è **Massimo Coppola**, conduttrice della due giorni la giornalista **Barbara Serra**. L'edizione 2018 prevede un'area espositiva di **10.000 m2 con oltre 60 stand, Speed Date tra partecipanti e aziende sponsor, una Digital Arena con Side Sessions** di formazione e speaker del panorama tech, e oltre **70 workshop con sessioni di approfondimento** per illustrare le principali novità del **Digital Advertising**.

Main Sponsor dell'evento **Sky**, diamond sponsor invece **E.ON, GroupM, Nexi, Peugeot e Pirelli**, platinum sponsor **Dentsu Aegis Media, EY, Gruppo Mondadori, Italiaonline, Kantar, Ligatus, Oath, Oracle e The Digital Box**.

Per maggiori info e per iscriversi all'evento visitate la sezione dedicata al Forum su www.iab.it

IAB Italia

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità digitale 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. 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.

CONTATTI:

Barabino & Partners

Adela Leka

a.leka@barabino.it

Linda Battini

l.battini@barabino.it

Tel. +39 02.72023535