

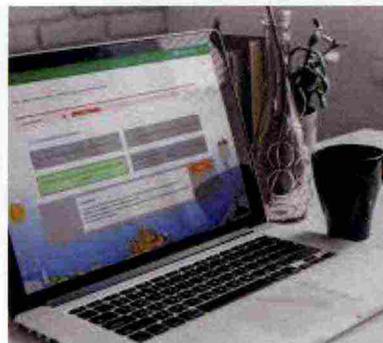


## l'ultima

a cura di **Matteo Dedé****Digitale Un Libro Bianco da condividere**

Upa, l'associazione degli spender pubblicitari italiani, auspica di trovare, prima o poi, un accordo sul tema della trasparenza sugli investimenti pubblicitari con gli over the top digitali, Google e Facebook. Lo ha confermato di recente il presidente dell'associazione, Lorenzo Sassoli de Bianchi, presentando, a Milano, il primo Libro Bianco sulla comunicazione digitale, prodotto in collaborazione con tutte le associazioni di categoria del settore. Il Libro Bian-

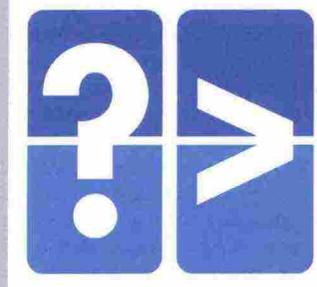
co si occupa, soprattutto, di programmatic, delineando tutte le criticità di questo sistema di vendita di pubblicità e cercando di dare alcune linee guida per la creazione di buone pratiche nel suo utilizzo. Su molti punti ci sarebbe già un accordo di massima con i responsabili italiani delle due piattaforme internazionali, cui lo stesso Sassoli de Bianchi ha già illustrato i contenuti del Libro, ma resta il nodo delle informazioni sulla raccolta pubblicitaria.

**Strumenti AdClarity**

Sensemakers, società specializzata nella consulenza su audience, comportamenti di consumo e investimenti digitali, grazie alla partnership siglata con l'azienda israeliana Biscience ha lanciato in Italia AdClarity. Si tratta di una piattaforma di analisi competitiva degli investimenti pubblicitari online leader a livello mondiale, attualmente operativa in venti paesi con una copertura di oltre 500 mila editori e 750 mila investitori. Sfruttando un evoluto sistema di crawling, modelli statistici avanzati e motori di analisi semantica proprietari, AdClarity è in grado di virtualizzare la navigazione di milioni di utenti per raccogliere, identificare e classificare ogni informazione pubblicitaria e garantire, al tempo stesso, la massima granularità e scalabilità delle analisi. La piattaforma di AdClarity fornisce la più ampia panoramica oggi disponibile sul mercato sulle strategie di investimento online con specifico dettaglio su formati: video e display; canali: mobile e desktop; modalità di negoziazione: diretta e in programmatic con evidenza dei singoli mediatori. La soluzione di AdClarity è utilizzata da oltre trecento clienti nel mondo per analisi competitive volte a individuare nuovi editori e investitori con cui lavorare per estendere la reach o la base clienti e per ricevere alert in tempo reale sulle nuove campagne in partenza. Il servizio viene fornito sia attraverso l'accesso a una piattaforma che riporta con frequenza giornaliera raw data granulari integrabili mediante API nei sistemi di analytics dei clienti, sia attraverso un set di dashboard personalizzabili, che descrivono nel dettaglio l'andamento e le caratteristiche di una determinata industry, con una chiara evidenza dei singoli competitor.

**Eventi Il Festival a Camogli**

Manifestazione giovane, ma già divenuta punto di riferimento nel panorama culturale nazionale, il Festival della Comunicazione torna per la sua quarta edizione a Camogli, da giovedì 7 a domenica 10 settembre ([www.festivalcomunicazione.it](http://www.festivalcomunicazione.it)). Diretto da Rosangela Bonsignorio e Danco Singer, ideato con Umberto Eco, è organizzato dal Comune di Camogli e da Frame. Come sempre, per quattro giornate, la bellissima località ligure diventa centro pulsante di confronto, ricerca e scambio d'opinioni sui grandi temi che interessano il mondo odierno: così, dopo la Comunicazione, il Linguaggio e il Web, il tema del 2017 è le Connessioni. A confrontarsi sull'argomento sono chiamati oltre 130 esperti e studiosi di diversi



ambiti e generazioni, per garantire quella ricchezza di contenuti e punti di vista che ha da sempre contraddistinto il Festival e che rappresenta una delle sue caratteristiche più apprezzate. Per questa ragione, alle conferenze si affiancano laboratori, panel, spettacoli, mostre, cinema, escursioni e gite in mare, tutti gratuiti: il Festival ha avuto sin dall'inizio l'obiettivo di coinvolgere un pubblico eterogeneo per età, formazione e interessi e il risultato è una manifestazione che non si rivolge esclusivamente agli addetti ai lavori, ma si rivela accessibile e stimolante per tutti. Le Connessioni caratterizzano non solo il secolo ipertecnologico in cui viviamo, ma sono anche intimamente legate alla natura umana: coinvolgono in modo profondo e strutturale la società, la storia, i sistemi economici e di governo, le nostre abitudini e il nostro pensiero. Il Premio Comunicazione, quest'anno alla sua seconda edizione, verrà conferito al divulgatore scientifico Piero Angela, dopo l'assegnazione, nel 2016, a Roberto Benigni.

**Comunicazione MotorShow con Fore**

Sarà firmata dall'agenzia Fore tutta la comunicazione legata alla nuova edizione del Motor Show, prevista a Bologna, dal 2 al 10 dicembre 2017. In continuità con la precedente edizione, già curata da Fore, sarà sempre la passione per auto e motori ad essere protagonista dell'attività comunicativa. Il nuovo evento bolognese preannuncia un mix di ingredienti ulteriormente rinforzato: più spazio allo sport, più autoshow, aumentano le competizio-



ni, ci saranno più acrobazie, più attenzione alla passione classica e ancora più coinvolgimento del territorio con l'evento Off. Fore seguirà l'immagine coordinata e l'adv dell'intero evento, dalla fase teaser, già on air, fino al lancio dell'attesa kermesse.

Nella foto qui sopra, una veduta degli spazi interni del MotorShow di Bologna, edizione 2016. Quest'anno, gli organizzatori prevedono un programma ancora più ricco e articolato