

UPA



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

BRANDING

e=volution

Blockchain, big data e sistemi di misurazione: le nuove sfide della comunicazione digitale

Vittorio Meloni, Direttore Generale UPA



Growth
from
Knowledge

groupm

IAS Integral
Ad Science

INMEDIATO MEDIAPLUS
CASA DELLA COMUNICAZIONE

KANTAR

LinkedIn

NEXTPLORA

Rai Pubblicità



SENSEMAKERS
MINDS & DATA

Teads

WebAds
the publishers network

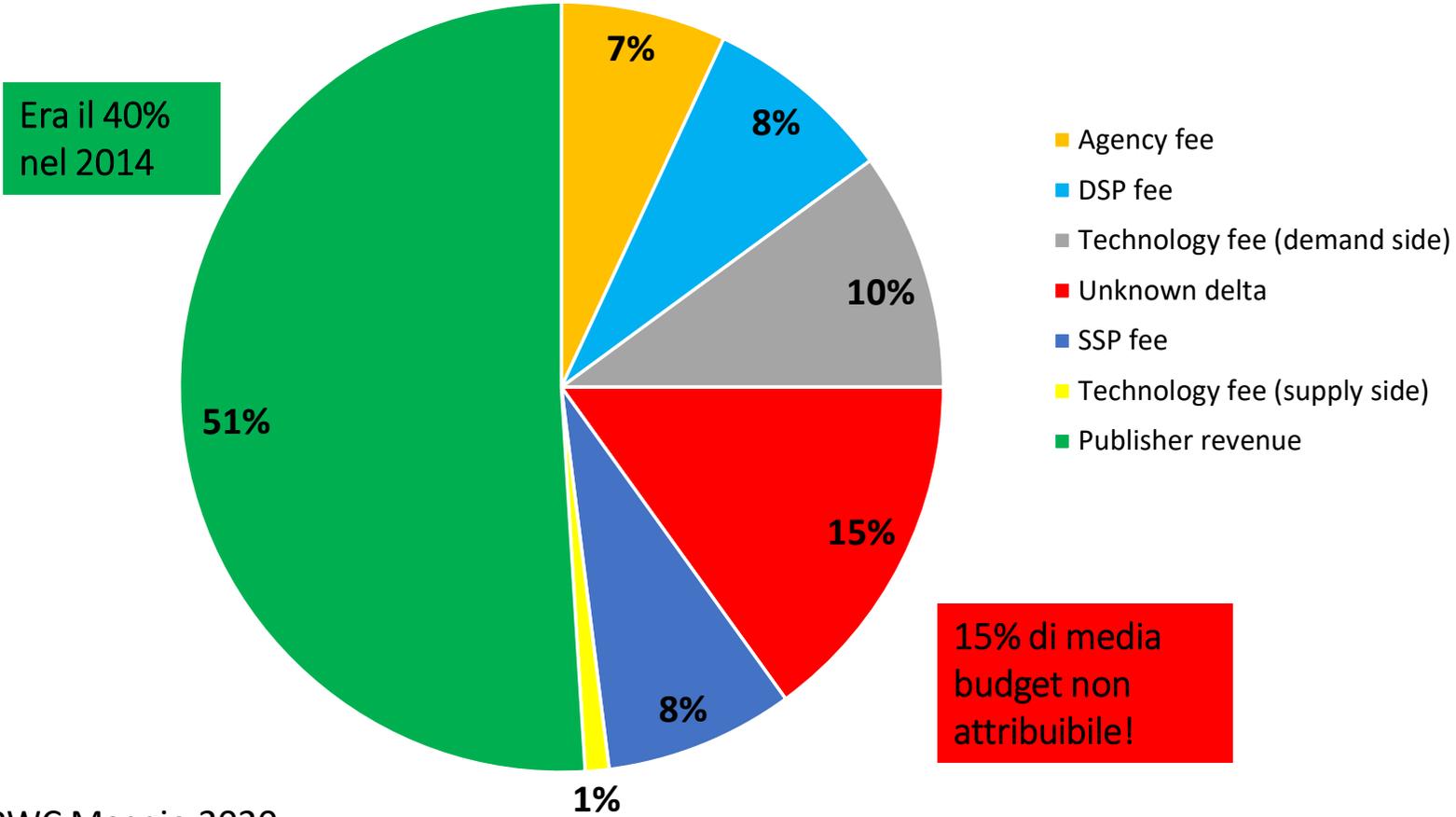
MEDIA TRANSPARENCY

I TREND DI MERCATO

- L'84% dei grandi advertiser stanno andando verso modelli di gestione del **programmatic buying in-house o ibridi**
 - Il 70% di questi lo fa per avere maggiore trasparenza
- Il 57% dei grandi advertiser ha un'agenzia interna e il 17% ci sta pensando
 - Il 75% di questi l'ha aperta nell'ultimo anno
 - Nel 94% dei casi l'agenzia interna ha competenze digitali

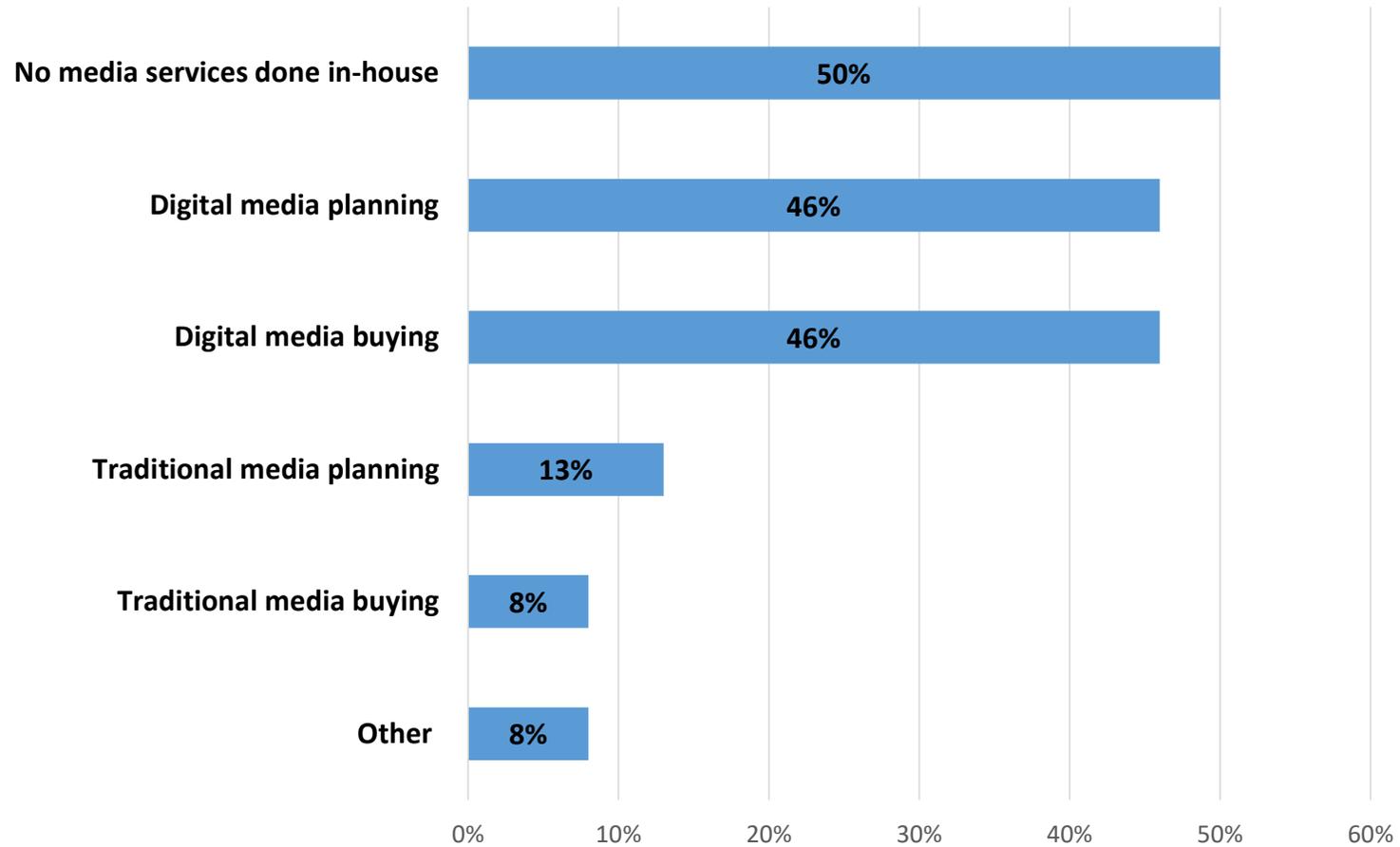
Fonte: WFA, luglio/settembre 2020

FORTE DISPERSIONE DEGLI INVESTIMENTI NELLA FILIERA DEL PROGRAMMATIC



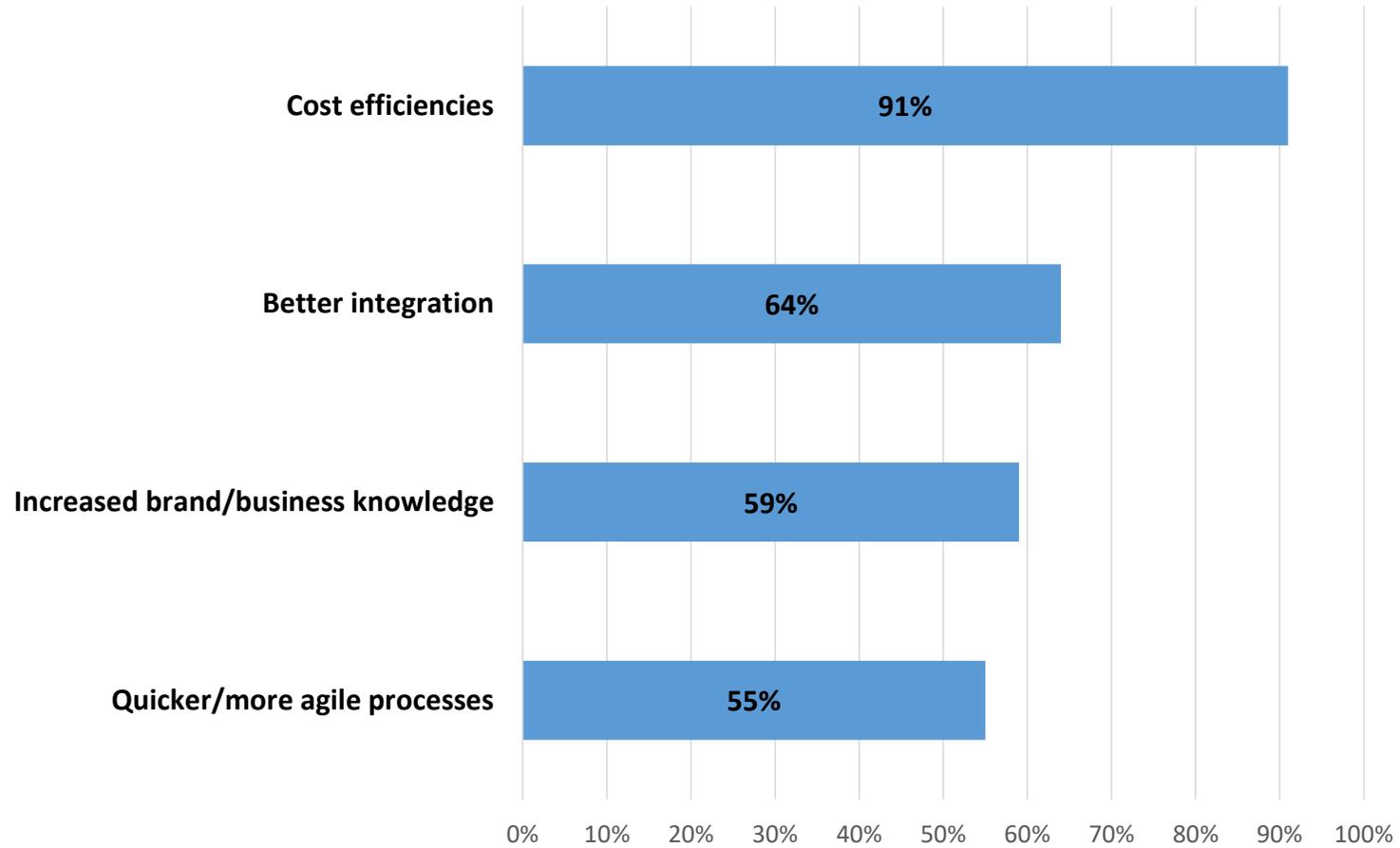
Fonte: ISBA-PWC Maggio 2020

Media planning/buying services handled by in-house agencies



Fonte: WFA Settembre 2020

The main benefits of having a creative in-house agency



Fonte: WFA Settembre 2020

UPA BLOCKCHAIN

- BRAND SAFETY
- TRASPARENZA CONTRATTUALE E FINANZIARIA
- CERTIFICAZIONE E OTTIMIZZAZIONE DEI KPI DI CAMPAGNA

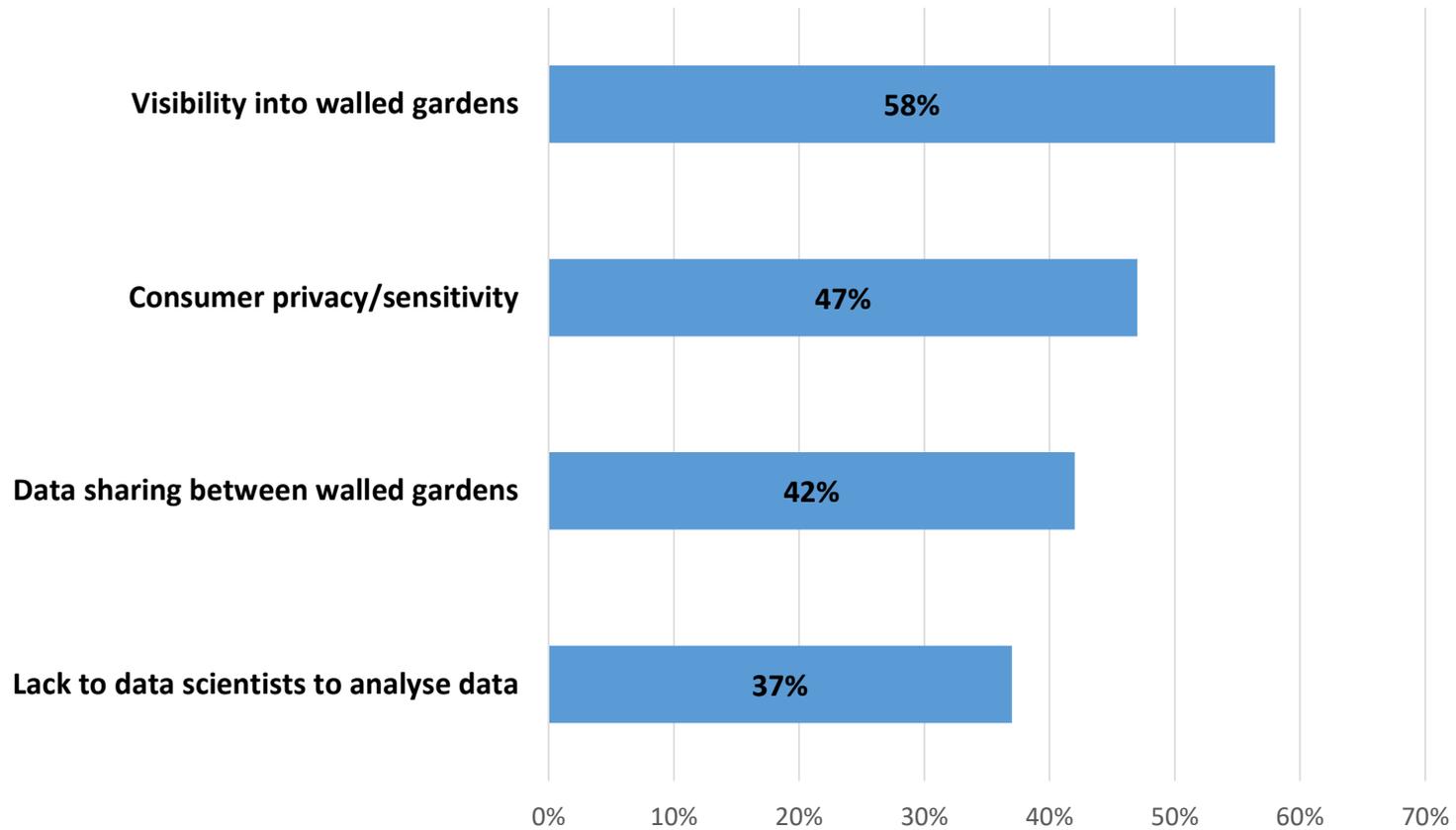
DATI DI PRIMA PARTE



NESSIE
UPA DATA LAKE

- 10 aziende a bordo
- Primi accordi con i publisher
- Numerose aree di lavoro e di sviluppo

What do you see as the biggest challenge when utilizing your data? (Top 3 multiple answer)



Fonte: WFA Luglio 2020

MISURAZIONE

- UPA KPI PLATFORM → 600+ KPI censiti
- CROSS MEDIA MEASUREMENT → tavolo internazionale e italiano
- AUDITEL → misurazione audience digitale
- RICERCHE AUDI → convergenza graduale delle ricerche media
- SCENARIO POST COOKIE DI TERZA PARTE → nuova sfida nella gestione / misurazione dati

UPA



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

BRANDING

e-volution

Blockchain, big data e sistemi di misurazione: le nuove sfide della comunicazione digitale

Vittorio Meloni, Direttore Generale UPA



Growth
from
Knowledge

groupm

IAS Integral
Ad Science

INMEDIATO MEDIAPLUS
CASA DELLA COMUNICAZIONE

KANTAR

LinkedIn

NEXTPLORA

Rai Pubblicità



SENSEMAKERS
MINDS & DATA

Teads

WebAds
the publishers network