

innovating the way brands are built

dentsu AEGIS network

L'INNOVAZIONE RIDEFINISCE LE REGOLE DEL GIOCO

**Come Media e Brand stanno
affrontando il Cambiamento**

Milano, 23 Novembre 2016

Documento preparato da DAN per Andec. Tutti i diritti sono riservati.

QUALCOSA DI ME

Luca De Blasio Strategic Leader

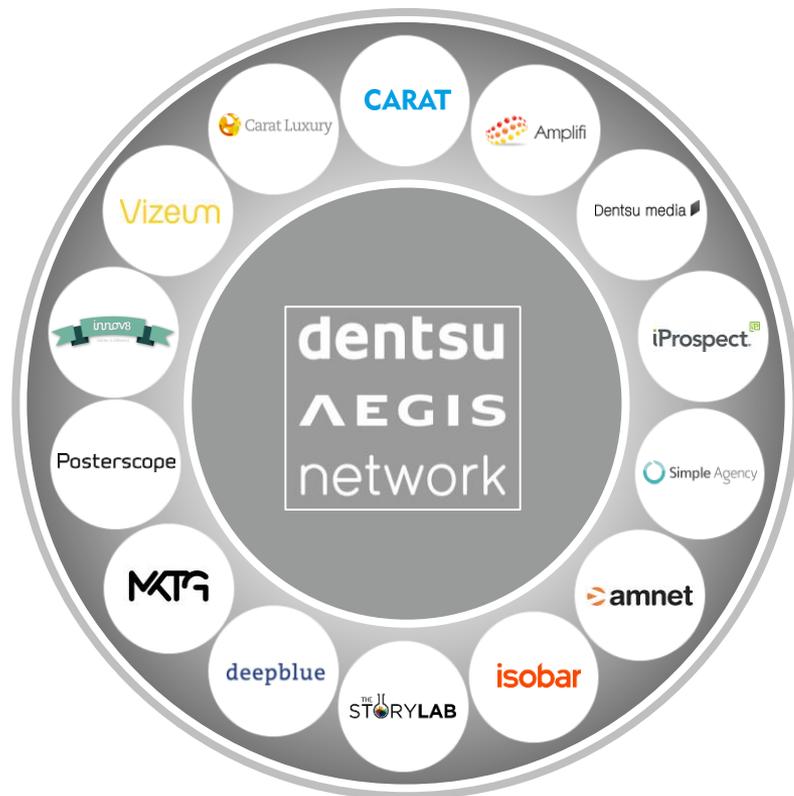
7 anni @ Dentsu Aegis Network
Mi occupo di Comms Planning



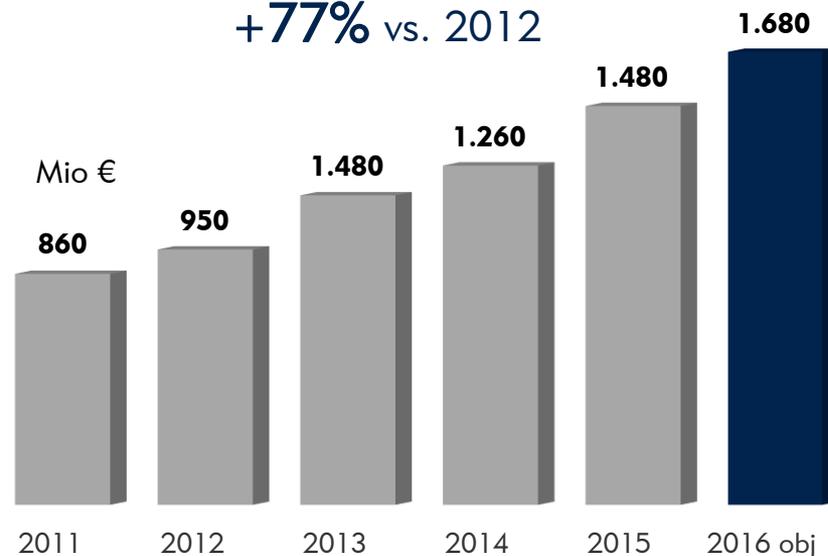
UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE A 360°

innovating the way brands are built

dentsu AEGIS network



Crescita billing
+77% vs. 2012



Y2015: 210 CLIENTI | 2,2x crescita organica vs mercato

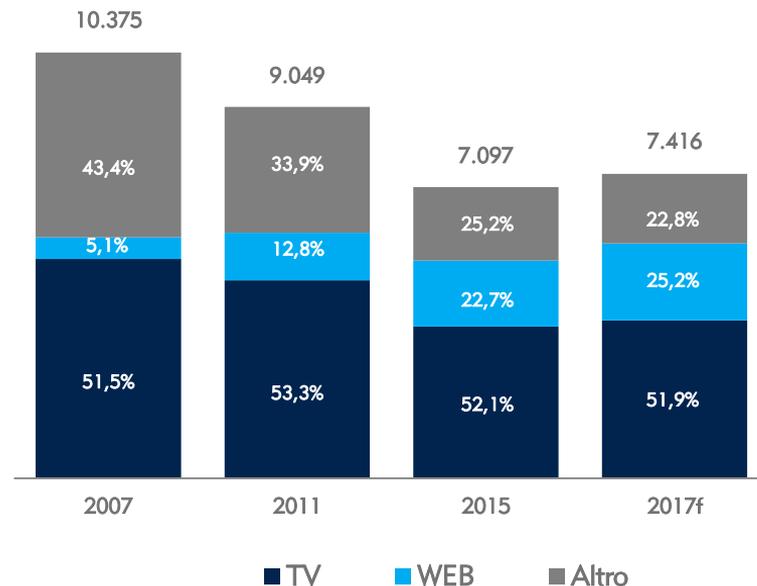


IL CAMBIAMENTO RIDEFINISCE IL MEDIA LANDSCAPE

UNO SPENDING SEMPRE PIÙ POLARIZZATO TRA TV E WEB

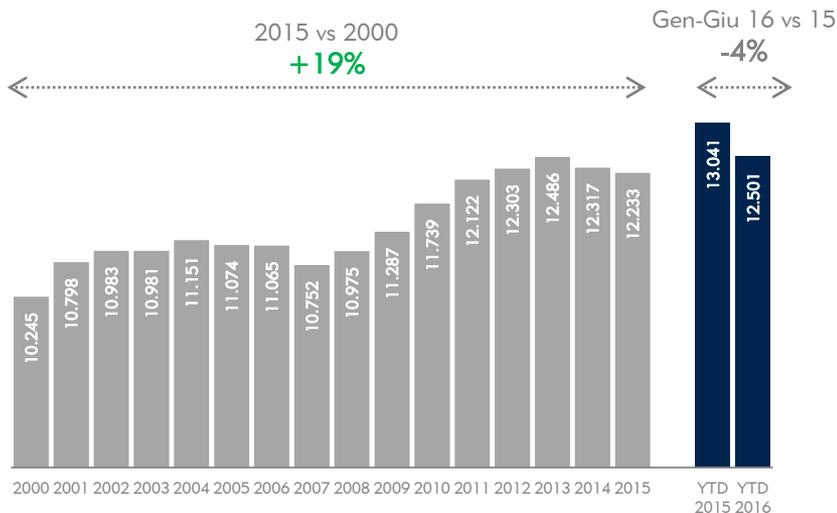
7 MILIARDI

ADV SPENDING ITALIA
(-30% in 5 anni)

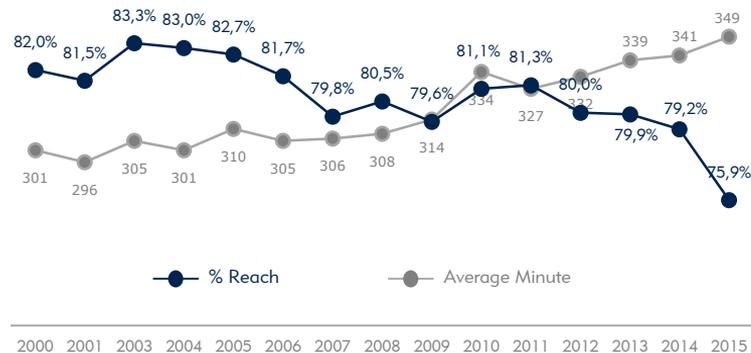


LA TV STA BENE MA OGGI È DIVERSA

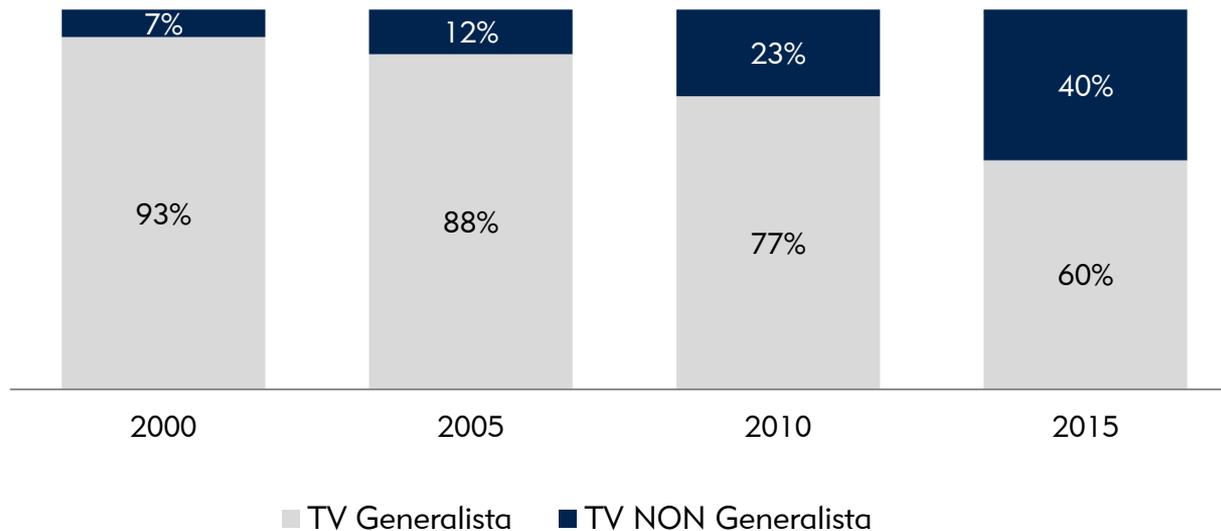
ASCOLTI AI MASSIMI



- COPERTURA + TEMPO SPESO

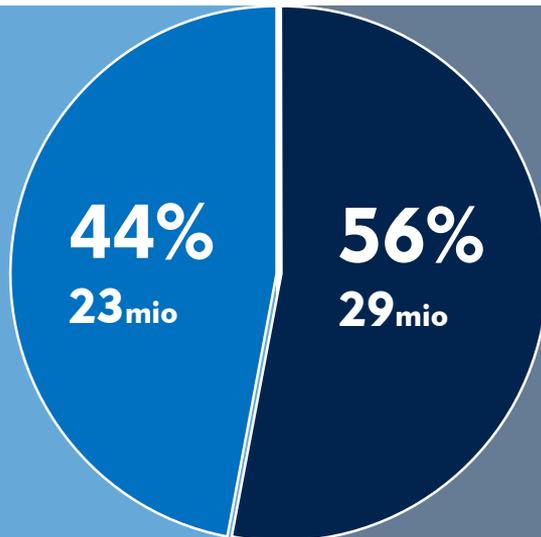


LE AUDIENZE SEGUONO SEMPRE PIÙ I CONTENUTI



E SI DELINEANO DUE SCHIERAMENTI OPPOSTI

**ADORATORI
DELLA
TV**
(+260' PER DAY)



**ADORATORI
DEL
CONTENUTO**
(-260' PER DAY AND NO TV)

IL CONTENUTO VIENE RICERCATO OVUNQUE

Device Lab



I MEDIA CONTINUANO A FRAMMENTARSI

**LA VELOCITÀ DEL
CAMBIAMENTO
È IN NETTA
ACCELERAZIONE**



2 I FATTORI SCATENANTI (E LA CRISI NON C'ENTRA)

CAMBIAMENTO

```
graph TD; A[CAMBIAMENTO] --> B[1. TRASFORMAZIONI SOCIALI]; A --> C[2. DIFFUSIONE TECNOLOGICA]; B --- D["PIÙ SENSO CRITICO:  
L'ERA DELLA TRASPARENZA"]; C --- E["PIÙ SENSO PRATICO:  
L'ERA DELLE INFORMAZIONI"];
```

1. TRASFORMAZIONI SOCIALI

PIÙ SENSO CRITICO:
L'ERA DELLA TRASPARENZA

2. DIFFUSIONE TECNOLOGICA

PIÙ SENSO PRATICO:
L'ERA DELLE INFORMAZIONI

L'ISTRUZIONE PORTA CONSAPEVOLEZZA E NUOVI NEED

**Livello di istruzione
superiore/laurea**

25%

1991

50%

2011

CAMBIANO LE RELAZIONI: BISOGNO DI ORIZZONTALITÀ



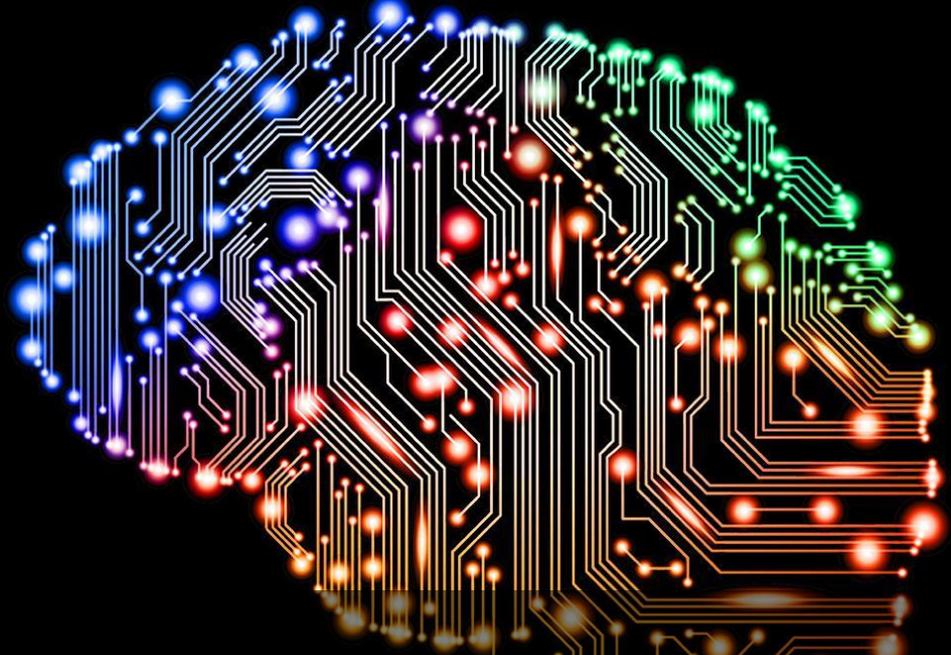
ORIZZONTALE



VERTICALE

I BRAND DEVONO ANDARE ALLA VELOCITÀ DELLE LORO AUDIENCE

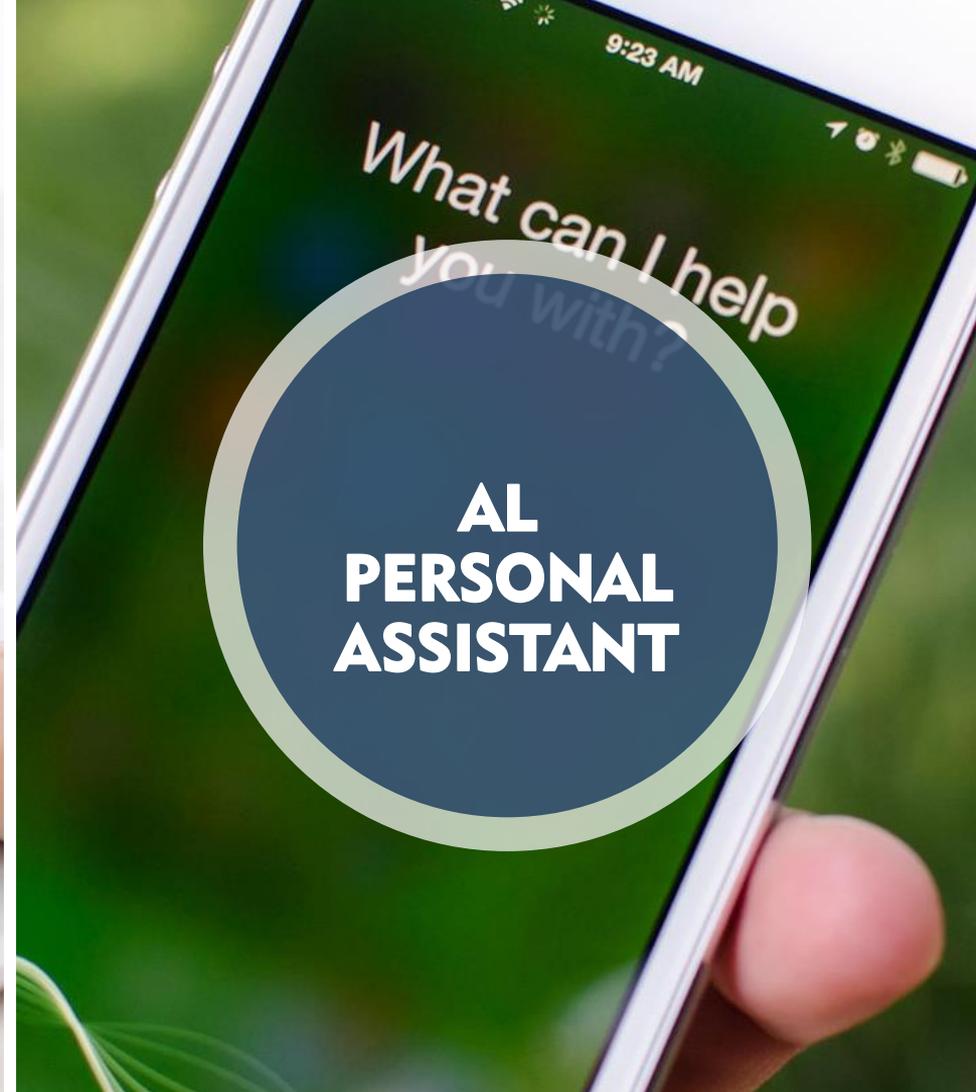
TECH: DA BIG DATA A INTELLIGENZA ARTIFICIALE



**IL MACHINE LEARNING
sta cambiando il media di oggi**



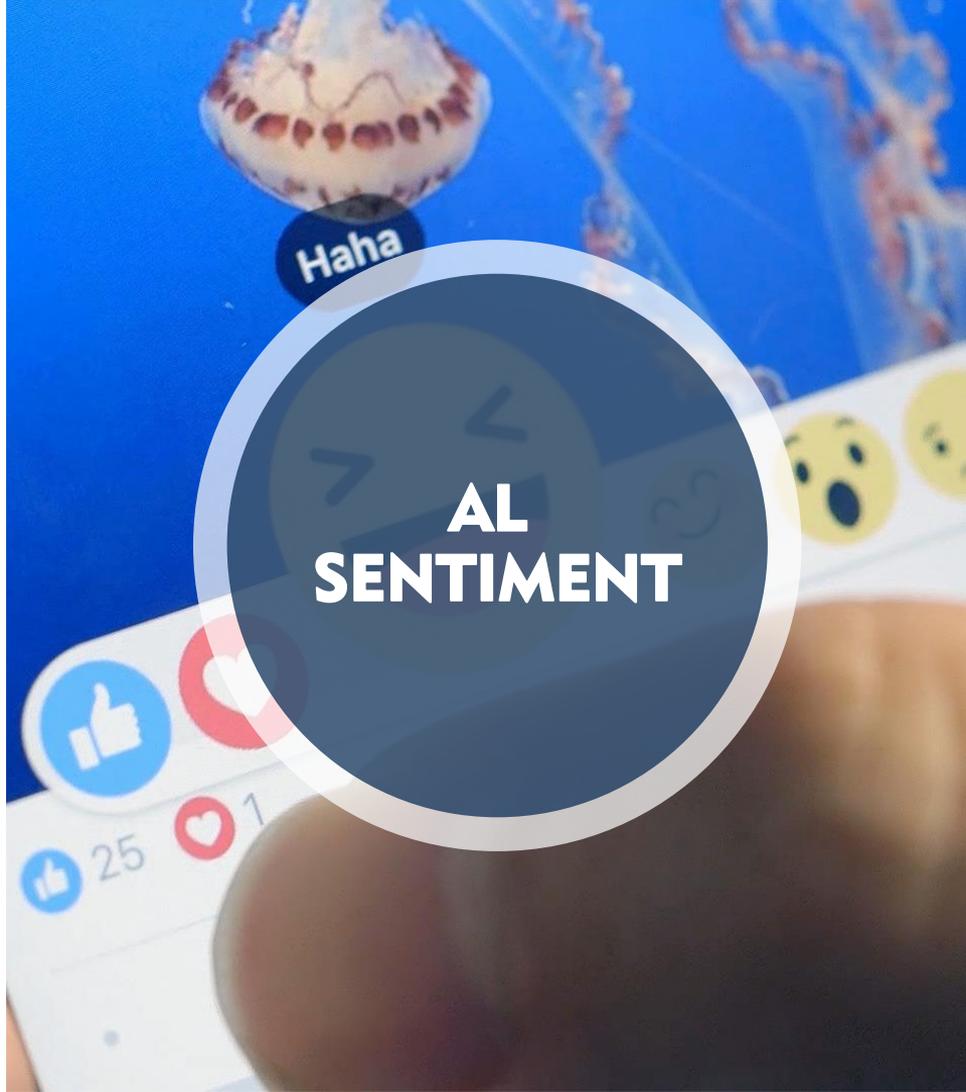
**DALLE
KEYWORDS**



**AL
PERSONAL
ASSISTANT**

A close-up photograph of a computer keyboard. A semi-transparent blue circle is overlaid on the keyboard, containing the text 'DAL LIKE' in white, bold, uppercase letters. The background shows various keys, including a blue arrow key and a key with a white arrow pointing up.

**DAL
LIKE**

A close-up photograph of a smartphone screen. The screen displays social media interaction icons, including a blue thumbs-up icon with the number '25' and a red heart icon with the number '1'. A 'Haha' sticker is visible on the screen. A semi-transparent dark blue circle is overlaid on the screen, containing the text 'AL SENTIMENT' in white, bold, uppercase letters.

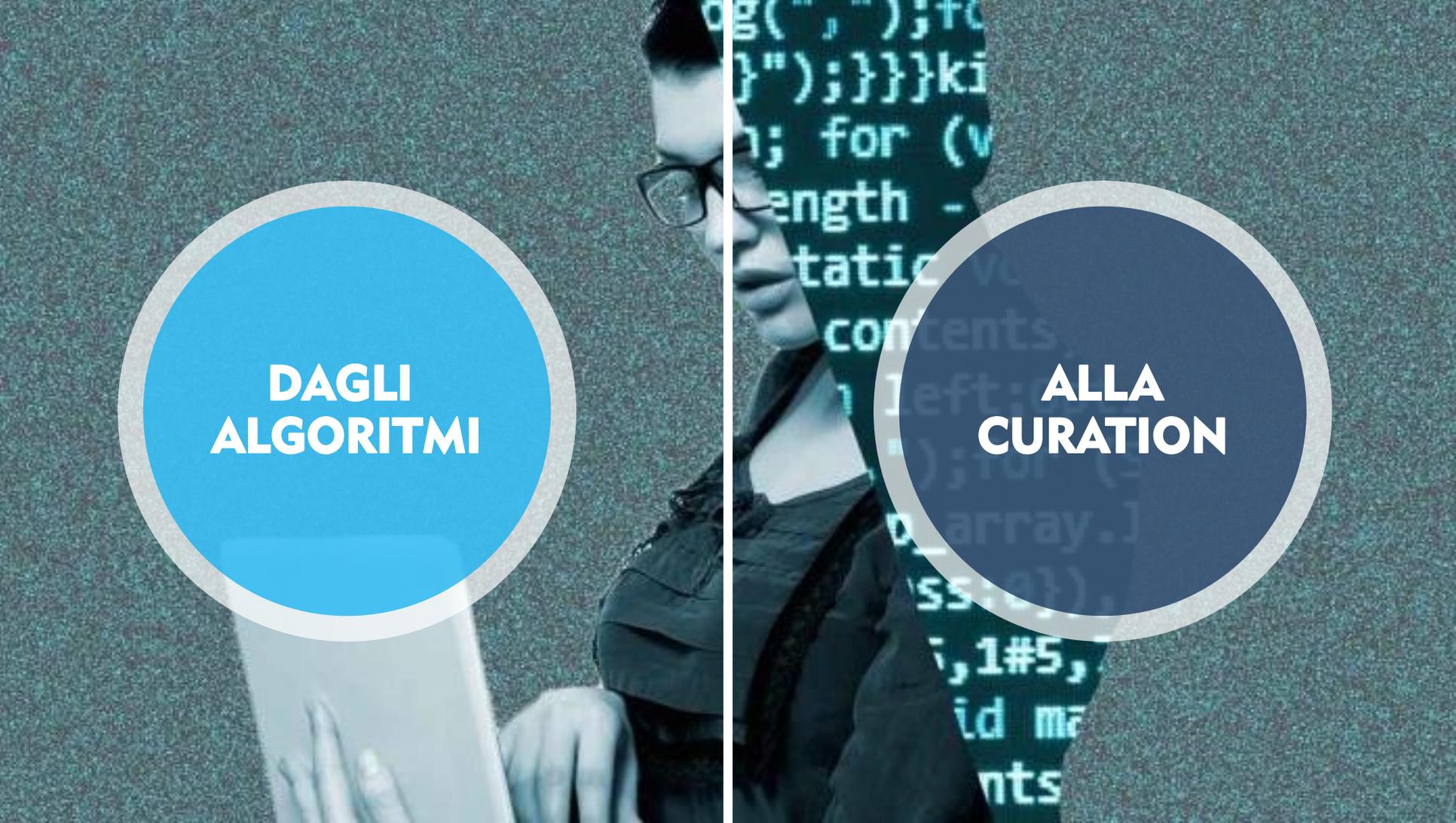
**AL
SENTIMENT**



**DAL
RESEARCH**



**ALLA
TELEPATIA**



**DAGLI
ALGORITMI**

**ALLA
CURATION**

WALLED GARDEN 3.0



WHAT IS AMAZON

ECHO?
—



**UNO
SMART DEVICE
CHE CI CONOSCE**

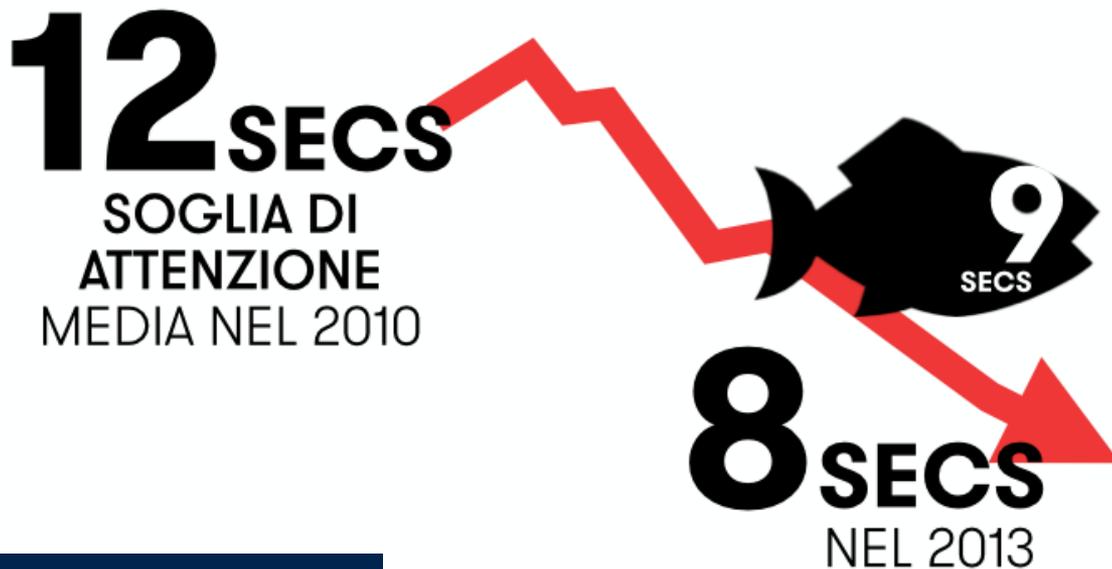
**MA QUALI
SONO LE SFIDE
CHE DOVREMO
FRONTEGGIARE?**



IL CONSUMER JOURNEY SI FA PIÙ ARTICOLATO



L'OVERLOAD DI INFORMAZIONI NUOCE SEMPRE DI PIÙ



150 controlli mobile al giorno

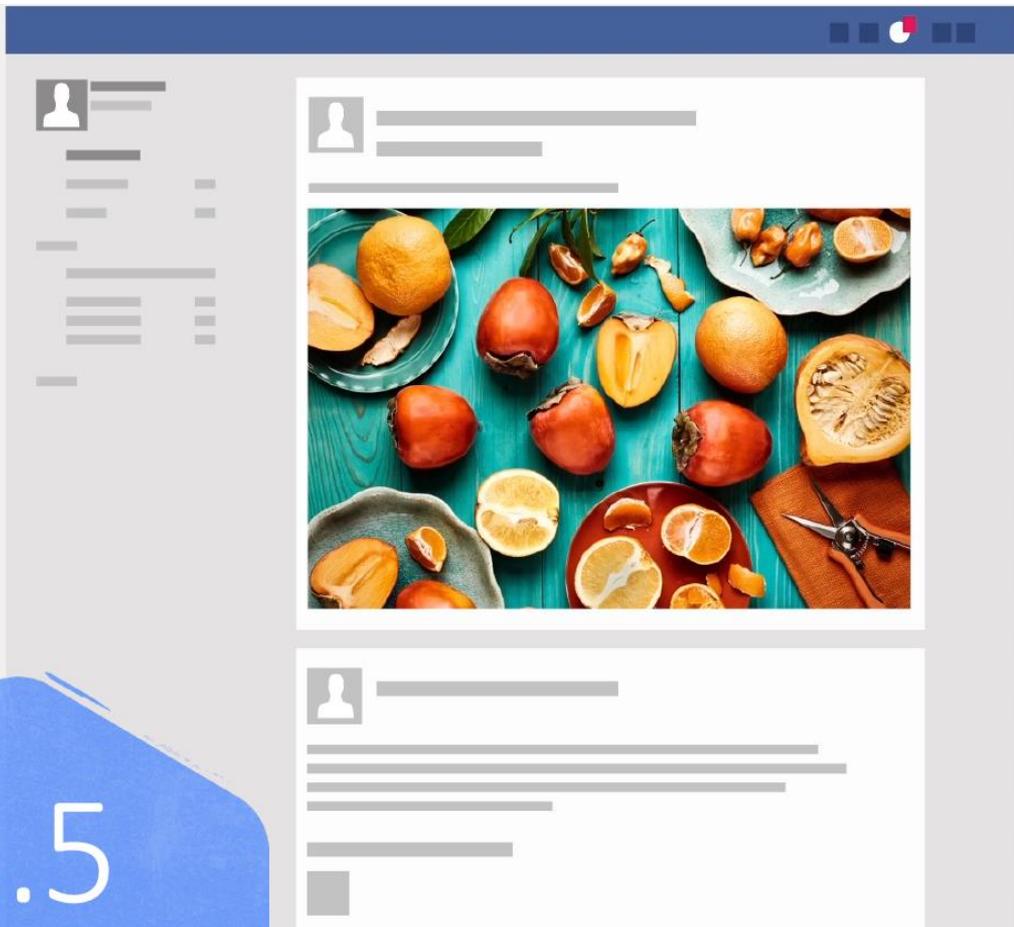
1.200 a 5.000 messaggi pubblicitari al giorno

11 milioni di bit di informazioni al secondo

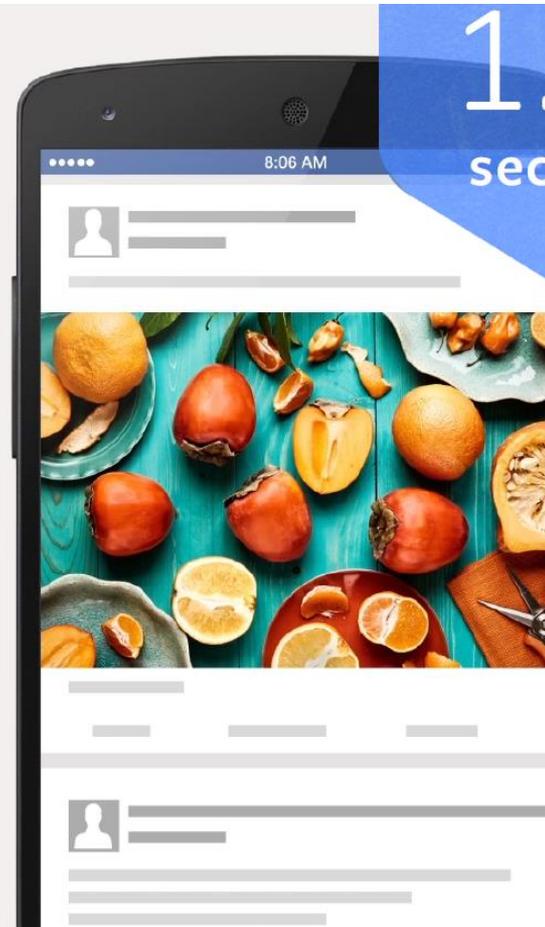
70 secondi per sessione

6.000 messaggi al mese

LA PARTITA SI GIOCA NEL BREVISSIMO



2.5



1.7
seconds

AD BLOCKING VS LA PUBBLICITÀ INTRUSIVA



COME RIMUOVERE
L'ANTI ADBLOCK

IL BRAIN BLOCKING È IL VERO TEMA CALDO





*Troppo a lungo abbiamo insultato
collettivamente l'attenzione dell'audience.
Abbiamo urlato più forte, più spesso e in più
luoghi, e la loro risposta è stata un tentativo di
evitarci*

Mondelez's head of content Laura Henderson



A close-up photograph of a person's eyes, looking slightly to the right. The image is heavily overlaid with a bokeh effect of numerous small, bright, golden-yellow light spots, creating a dreamy and ethereal atmosphere. The eyes are a light blue color, and the surrounding skin and hair are visible but softened by the light effect.

**L'ATTENZIONE È LA NUOVA
MONETA DI SCAMBIO**



HOW TO STAND OUT?

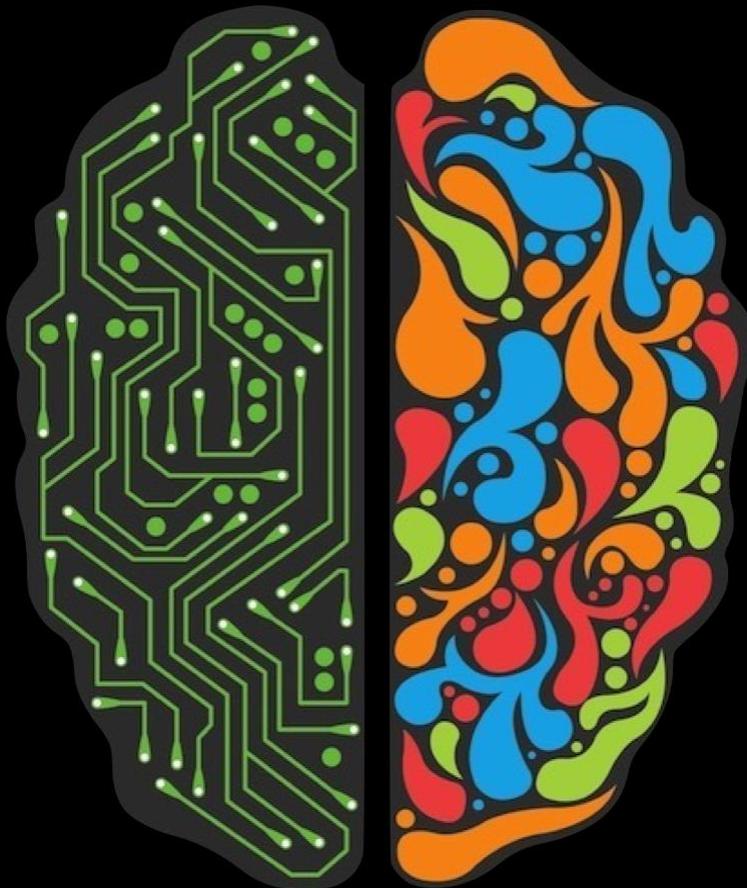
UNA SOLA REGOLA DA SEGUIRE, CREARE...

ADV
che non sa di
ADV

SERVE UN CIRCOLO VIRTUOSO CHE SI AUTOALIMENTI

1

È fondamentale sfruttare la **potenza del dato** per poter parlare **alla giusta audience nel giusto momento**



2

È fondamentale **puntare sui CONTENUTI**, con duplice approccio **SEGUIRLI e SVILUPPARLI (cross-platform)**

DA TUTTI A CIASCUNO, IL FUTURO È GIÀ QUI



SAMBUCA

**UN BRANDED
ENTERTAINMENT PER
PARLARE AI GIOVANI
ED ENFATIZZARE LA
MIXABILITÀ E
VERSATILITÀ**

MOLINARI

PIÙ CHIARO DI COSÌ.

KRAFT/MONDELEZ

**UNA CONTENT
STRATEGY 100%
FACEBOOK PER
MOSTRARE I DIVERSI
USI DEL PRODOTTO**



ANGELINI

**UN INTERO
ECOSISTEMA BASATO
SU ASSET PROPRIETARI
DIGITALI CREATI
«IN REAL TIME»**

ACUTIL



MINI

**UN ECOSISTEMA CHE
METTE AL CENTRO IL
CLIENTE, FACENDO
LEVA SULLA COOLNESS
IN UN MODO
NON CONVENZIONALE**



JOCCA

**UN FAKE TUTORIAL
IN VIDEO PILLOLE PER
DESTAGIONALIZZARE
IL PRODOTTO E
«TENERSI IN FORMA»
TUTTO L'ANNO**



CONTINUIAMO A SCRIVERE GRANDI STORIE...

**...CHE PERÒ NON
SI ESAURISCONO PIÙ IN TV**

**FUTURE
BELONGS
TO THE
FAST**





luca.deblasio@dentsuaegis.com



3929462721



Luca De Blasio



**«Se non ci fosse il cambiamento
non ci sarebbero le farfalle»**

dentsu AEGIS network