

L'EVENTO È DEDICATO AL MONDO DEL DIGITAL DATA E DEL MEASUREMENT

i-Com Global Summit, a Roma dal 15 al 18 ottobre

TEMA PRINCIPALE DELL'INCONTRO, "BIG DATA: GAME CHANGING STRATEGIES THAT DRIVE YOUR BRAND"



i-Com Global Summit, l'esclusivo appuntamento biennale dedicato al mondo del digital data & measurement, approda quest'anno a Roma (Hotel Rome Cavalieri), dove dal 15 al 18 ottobre la community internazionale dei professionisti di digital data si confronterà sui trend e sulle prospettive del settore, approfondendo in particolare il tema "Big Data: Game Changing Strategies that drive your Brand". Interessanti momenti di approfondimento, utili occasioni di networking e stimolanti premi per valorizzare le eccellenze, al centro della proposta 2012 di i-Com, il forum internazionale attivo in oltre 45 Paesi a livello globale con l'obiettivo di analizzare le tematiche relative a dati e misurazione riguardanti il digital marketing per soste-

tere la crescita del settore attraverso la condivisione di best practice e modelli d'innovazione, la promozione di standard di trasparenza e confronto e il coinvolgimento degli stakeholder (inserzionisti-agenzie-editori) nella definizione di un quadro di riferimento per la misurazione dei media. L'edizione 2012 dell'i-Com Global Summit si propone proprio di analizzare il trend big data e le implicazioni per il digital marketing affrontando temi quali la business intelligence, il social, il mobile, la multicanalità, la privacy, l'evoluzione delle metriche, l'efficacia della pubblicità, il rapporto uomo-tecnologia e molteplici altri argomenti d'impatto per il mercato della misurazione dei dati con attenzione ai risvolti di business. In particolare le sessioni di approfondimento si succederanno il 17 e il 18 ottobre dando spazio all'intervento di esperti dall'Italia come **Massimo Casiraghi**, analytics products lead di **Accenture**, **Layla Pavone**, mana-

ging director di **Isobar**, **Alper Eroglu**, digital & social media, global senior brand manager di **Unilever Italy**, e **Amanda Richards**, global media director refreshment di Unilever Italy, che si confronteranno con innumerevoli esponenti internazionali del mondo imprenditoriale, accademico e associativo, provenienti da realtà del calibro di **Kellogg Company**, **Coca-Cola**, **L'Oréal**, **20th Century Fox Int'l**, **Condé Nast**, **Orange**, **LinkedIn**, **Google**, **Omnicom Media Group**, **Mindshare Worldwide**, **McCann WorldGroup**, **Nielsen**, **New York University**, **lab Europe**, **Association of National Advertisers** e moltissime altre aziende del settore digital. Di rilievo i due keynote **Brad Smalwood**, head of measurement & insights di **Facebook** e **Anthony Rhind**, co-ceo di **Havas Digital**. Contestualmente al Global Summit si terranno anche alcuni appuntamenti esclusivi come la D-MIB Private Roundtable, una tavola rotonda privata tra i lea-

der delle organizzazioni nazionali di misurazione dell'audience digitale, l'i-Com Knowledge Centre, lo spazio dedicato alle ultime novità dei principali fornitori di servizi di dati e ricerche, l'i-Com Data Creativity Awards e l'i-Com Big Data Venture Challenge, due nuovissimi premi introdotti per la prima volta quest'anno. «L'approccio olistico di i-Com volto a creare sinergie tra Paesi, media e scienze di misurazione si allinea con l'imperativo big data di combinare diversi set di dati per creare nuovi insight in modo da migliorare l'efficienza e svelare nuove opportunità per il comparto digital data & measurement. Ecco perché nel corso di questa edizione dell'i-Com Global Summit abbiamo scelto di focalizzarci su questo fenomeno dando modo alla community internazionale di confrontarsi sui suoi molteplici risvolti per il digital e sull'impatto sullo sviluppo del settore data & measurement» ha dichiarato **Andreas Cohen**, presidente di i-Com.

