

Marco Girelli eletto Presidente dell'Osservatorio Branded Entertainment

Milano, 22 gennaio 2015 - Marco Girelli, CEO di Omnicom Media Group, assume la carica di Presidente dell'Osservatorio Branded Entertainment.

Questo incarico fa seguito alla collaborazione tra l'Osservatorio e Omnicom Media Group attiva dalla primavera scorsa, quando le due realtà hanno dato il via ad un primo progetto di ricerca con l'obiettivo di iniziare a misurare l'efficacia delle attività di Branded Entertainment ed il loro impatto sulla marca. I risultati della ricerca, lo ricordiamo, sono stati presentati lo scorso novembre a tutte le aziende associate. Questa collaborazione nel 2015 dunque prosegue e si rafforza, con il comune obiettivo di "costruire conoscenza" ed emancipare il mercato con azioni divulgative su un fenomeno emergente per il quale è necessario costruire un sapere comune con cui tutti gli attori si possano confrontare.

"Dalla ricerca effettuata in collaborazione con l'Osservatorio è emerso come le operazioni di Branded Entertainment – con il quale, ricordiamo, non intendiamo il semplice product placement, ma una serie di attività di comunicazione dove marca e storia si fondono insieme - lavorino su indici profondi della marca, come Equity e credibilità. Oggi viviamo in un mondo frenetico, dove l'accelerazione della tecnologia e il contesto macro economico ci spingono a ricercare soluzioni rapide e veloci risposte sulle vendite. Tutti temi attuali e giustissimi, ma mi piace l'idea di recuperare anche questa dimensione di impatto della comunicazione più lento e profondo: è interessante perché ci permette di riportare equilibrio tra le necessità di breve e di lungo periodo." Marco Girelli Presidente OBE.

Di respiro internazionale, l'Osservatorio Branded Entertainment nasce proprio con lo scopo di studiare e diffondere la conoscenza di questa forma di comunicazione di marca che sta ottenendo sempre maggiore attenzione da parte delle aziende a seguito della richiesta crescente del pubblico di storie e contenuti di qualità.

"L'Osservatorio Branded Entertainment è il primo e unico organismo associativo in Italia che riunisce le più importanti aziende che investono, producono, distribuiscono, creano branded entertainment. Quando ho fondato l'OBE avevo bisogno di uno strumento per affrontare e risolvere i problemi legati a questa nuova leva di comunicazione, che io per prima avevo incontrato nella mia precedente esperienza lavorativa in concessionaria. Da subito (ottobre 2013 n.d.r), hanno aderito a questo progetto grandi realtà come Discovery International, Fox International Channels, La Effe Feltrinelli, Fremantle Media, illy, Magnolia, Mercedes Benz, Omnicom Media Group, Pokerstars, QVC Italia, Rcs Media Group, Sky Italia, Telecom Italia, Viacom International, Yam112003, Zodiak Active. L'obiettivo è diventare il punto di riferimento per tutti gli stakeholders della filiera italiana. Sono entusiasta della

nomina di Marco Girelli nel ruolo di Presidente, la sua riconosciuta professionalità e il suo spirito avveniristico daranno un ulteriore slancio alle nostre attività.” Elena Grinta, Direttore Generale OBE.

Sono molte le attività organizzate dall'Osservatorio per le aziende che entrano a far parte dell'associazione e molte le novità per il 2015. Nel 2014 l'OBE ha aperto un cantiere di studio in **tema normativo/regolatorio** in collaborazione con lo studio legale Hogan Lovells, per aiutare le aziende ad individuare le categorie normative applicabili al branded entertainment e definire le best practice. Nel 2015 il cantiere si allarga alle autorità regolatrici (Agcom, IAP) con lo scopo di condividere le soluzioni adottate dal mercato e giungere a una soluzione che soddisfi tutti gli stakeholders. Molti i progetti di **ricerca** promossi dall'OBE volti a comprendere come il branded entertainment agisce sulla marca e viene percepito dal pubblico: nel 2013 ha realizzato un primo scenario di contesto, nel 2014 è stata analizzata la televisione, con il 2015 verranno considerati anche gli altri mezzi, a partire dai progetti c.d. 'Nativamente Digitali' (progetti nati per essere diffusi sul web). L'offerta **formativa**, iniziata l'anno scorso con il corso di *branded entertainment strategies* alla LUISS Writing School di Roma, si amplierà con un **corso executive** destinato ai managers d'azienda, in partenza a Milano nel marzo 2015.

Omnicom Media Group è la divisione media di Omnicom Group Inc. Le sue attività comprendono i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD Worldwide e PHD Network. Omnicom Group Inc. (quotata al New York Stock Exchange: OMC) (www.omicomgroup.com) è una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale. Il network della galassia Omnicom, che comprende numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione, realizza campagne pubblicitarie, pianificazioni media, direct marketing e promozioni, relazioni pubbliche ed altri tipi di comunicazione specialistica, per più di 5.000 clienti in oltre 100 nazioni nel mondo.

Osservatorio Branded Entertainment

L'Osservatorio Branded Entertainment è il primo e unico organismo associativo in Italia che riunisce le più importanti aziende che investono, producono, distribuiscono, creano branded entertainment. Nato nell'ottobre 2013, hanno aderito all'OBE: Discovery International, Fox International Channels, La Effe Feltrinelli, Fremantle Media, illy, Magnolia, Mercedes Benz, OmnicomMediaGroup, Pokerstars, QVC Italia, RcsMediaGroup, SkyItalia, TelecomItalia, Viacom International, Yam112003, Zodiak ActiveL'OBE è uno strumento per affrontare e risolvere i problemi comuni alle aziende associate e per rappresentarne gli interessi, diventando il punto di riferimento per tutti gli stakeholders della filiera italiana. Tra le attività che l'OBE promuove: formazione executive destinata ai managers d'azienda, ricerca, analisi di scenario, una newsletter interamente dedicata al branded entertainment, un archivio online di casi italiani, un corso Master Universitario di II liv.