



CONFUSO?

Cerca news



[registrati](#) [abbonamenti](#) [Chi Siamo](#) [Contatti](#) [MyAdv](#)



SCEGLI LA TUA AGENZIA

Sezioni

[Agenda](#)
[Associazioni](#)
[Beyond](#)
[CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
[Pubblicità](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)

[Home](#) > [Persone](#)

Marco Girelli eletto Presidente dell'Osservatorio Branded Entertainment

22/1/2015

L'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.



Marco Girelli (nella foto), Ceo di Omnicom Media Group, assume la carica di Presidente dell'**Osservatorio Branded Entertainment**.

L'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 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", commenta nella nota Girelli.

"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

Altre nella sezione

- ▶ **22/1/2015 19:03**
Saipem, Camilla Palladino nuovo capo della comunicazione
- ▶ **22/1/2015 19:00**
Elena Gelosa nuovo direttore marketing e comunicazione di ManpowerGroup Italia
- ▶ **22/1/2015 18:55**
Marco Galli nuovo Direttore Commerciale Paul&Shark
- ▶ **21/1/2015 19:50**
Mondadori Libri: Ernesto Mauri presidente, Enrico Selva Coddè Ad Area Trade, Porro Ad Area Educational, Gian Arturo Ferrari vice presidente
- ▶ **21/1/2015 18:43**
Eni, Bardazzi nuovo responsabile della comunicazione al posto di Lucchini

Altre Notizie

Il nuovo libro di ADC



di Daniele Ravenna



nuova leva di comunicazione, che io per prima avevo incontrato nella mia precedente esperienza lavorativa in concessionaria. Da subito, e cioè nell'ottobre 2013, hanno aderito a questo progetto 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", aggiunge Elena Grinta, Direttore Generale OBE.

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. Sul fronte della ricerca, 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 '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 manager d'azienda, in partenza a Milano nel marzo 2015.

Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 