



EVENTI

20/04/2026

di Lorenzo Mosciatti

NEXTPLORA: IL BRAND+MEDIA MEETING ACCENDE I RIFLETTORI SU AI, CTV E INNOVAZIONE NELLA MISURAZIONE

L'appuntamento ha riunito professionisti del marketing provenienti da diversi settori per riflettere sul ruolo sempre più strategico della misurazione nelle decisioni orientate al consumatore



Ascolta questo articolo ora...

Si è tenuta lo scorso 16 aprile la terza edizione del **Brand+Media Meeting** organizzato da **Nextplora**, appuntamento che ha riunito professionisti del marketing provenienti da diversi settori per riflettere sul ruolo sempre più strategico della misurazione nelle decisioni orientate al consumatore.

Ad aprire i lavori è stato **Marco Caradonna, Co-Founder & President di BlackSheep SGR**, che ha affrontato il tema dell'intelligenza artificiale nel contesto mad-tech. Nonostante le resistenze ancora presenti, secondo Caradonna, il cambiamento è già in atto e richiede un'evoluzione della figura del CMO verso quella di "Chief Marketing Architect", capace di governare la complessità delegando all'AI i processi più efficientabili.

La sezione dedicata al brand ha visto l'intervento di **Matteo Ghidi, Direttore Marketing di Caseifici GranTerre**, che ha ripercorso la nascita e lo sviluppo del brand GranTerre come marchio federatore, sottolineando il ruolo della qualità e granularità del dato nel guidare le scelte strategiche. A seguire, **Francesco Bellomo, Head of Media & CMI di Haier Europe**, ha illustrato il percorso di crescita e riposizionamento verso il segmento premium, tra sponsorship e attivazioni mirate. A chiudere la prima metà del meeting, **Daniele Di Ciaccio, Responsabile Marketing Italia di Monini**, ha raccontato il lavoro di rafforzamento della notorietà e del posizionamento del brand in un contesto competitivo complesso.

La seconda parte della mattinata si è focalizzata sui media. **Monica Brosadola, Head of Brand di Roadhouse**, ha aperto la sessione presentando i risultati di una recente campagna, evidenziando il contributo dei diversi mezzi alla crescita dei KPI di brand. In questo contesto, Nextplora ha annunciato il lancio di "Media Contribution", una nuova soluzione pensata per misurare in modo puntuale l'impatto degli investimenti sui singoli canali rispetto agli obiettivi prefissati. Tra gli insight emersi, il ruolo delle Ctv nel generare valore anche su metriche di basso funnel.

Spazio poi a Fluzo, con gli interventi di Diego Semprún e Vicente García, che hanno condiviso casi internazionali di misurazione di reach e frequenza, tra cui l'half-time show del Super Bowl con protagonista Bad Bunny, oltre a campagne di Cupra e Coca-Cola. Al centro, l'importanza di adottare metriche cross-mediali e strumenti indipendenti per garantire standard omogenei a livello internazionale.

In chiusura, **Roberto Trojsi, Disney Advertising & Platform Distribution Director di The Walt Disney Company**, ha presentato i risultati legati alla misurazione di Italia's Got Talent, evidenziando il valore delle sponsorship e delle attività di brand integration all'interno di ecosistemi premium.

A concludere l'evento è stato **Andrea Giovenali, Ceo & Founder di Nextplora**, che ha dato appuntamento alla prossima edizione.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

EVENTI

EVENTI MARKETING E COMUNICAZIONE

MISURAZIONE

NEXTPLORA

ARTICOLI CORRELATI

EVENTI

Cannes Lions: nuovi Leoni per l'Italia grazie a Gucci e LePub Milan per Heineken

EVENTI

Coverflex sceglie ReStore e Jungle per "The Flex Hub", il pop-up esperienziale dedicato al welfare

EVENTI

Brainpull organizza a Conversano l'evento TikTok Talks

EVENTI

Cannes Lions, LePub Milan e Heineken: nuove shortlist per "Tocayos" e "The Pub That Refused to Die"

EVENTI

Fare Lead Generation di valore nell'era dell'AI Search. Studio Cappello al WMF 2026

EVENTI

Viviana Manera di Birra Peroni è Marketer of the Year 2025 per la Società Italiana Marketing

EVENTI

Cannes Lions 2026, tutti i Leoni dell'Italia: premi, Ori, Argenti e Bronzi aggiornati

EVENTI

Cannes Lions 2026: l'Italia riparte con i Leoni di LePub Milan per Heineken e Plenitude

SOCIAL MEDIA

TikTok ai Cannes Lions: arrivano Symphony Agent, nuovi strumenti per i creator e l'integrazione con dentsu

EVENTI

Cannes Lions, crollano le iscrizioni con i nuovi criteri di ammissione. LePub e Heineken guidano le shortlist italiane

NEWSLETTER - Tutte le notizie di Engage ogni giorno, gratis.

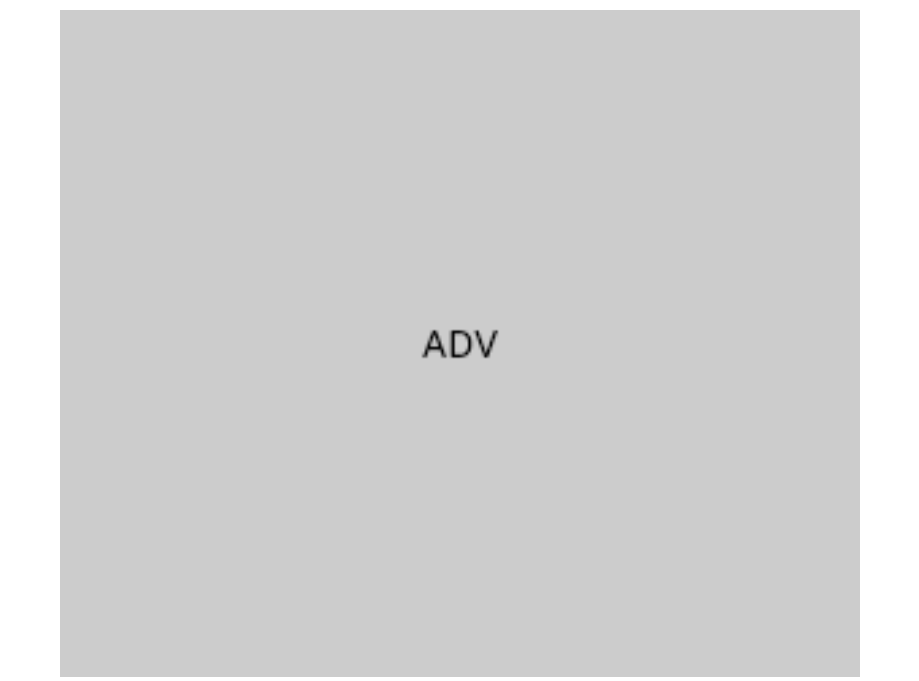
ISCRIVITI!

Costruiamo il futuro del Mediterraneo allargato.

ENGAGE Play

VEDI TUTTI →

Dati, misurazione e budget: retailer, brand e partner a confronto sul futuro del Retail Media



GAME CHANGERS

VEDI TUTTI →

22/09/2025 | AMAZON ADS

Beyond the Generational Divide: gli insight italiani della nuova ricerca di Amazon Ads

15/04/2025 | AMAZON

Jeep reinventa la narrazione automotive e conquista le audience in streaming con The Women Era

27/03/2025 | AMAZON

Il "Tempo di qualità" per gli italiani: che cos'è e quali sono le opportunità per i brand

INTERVISTE

VEDI TUTTE →

TikTok accelera le vendite. Lunedì: "Branding e performance oggi convergono nello stesso ecosistema"

