

ADVance Day: l'Advertising tra AI e Video Strategy

Convegno finale di presentazione dei risultati della Ricerca 2025/2026
Aula De Carli, Edificio B9 – Campus Durando, via Durando 10, Milano e online streaming



09.15. Caffè di benvenuto



09.45 Apertura dei lavori

The Age of AI – Numeri, insight e futuro dell'advertising

Non solo numeri: come leggere il mercato dell'Internet advertising oggi

Denise Ronconi, *Direttrice, Osservatorio Internet Media*

FCP Assointernet e il mercato digital in Italia

Alfredo Coco, *Consigliere, FCP-Assointernet – Direttore Marketing Web, Out of Home e Print, Mediamond*

Adspend in the Age of AI: An Economist's Perspective

Daniel Knapp, *Chief Economist, IAB Europe*

Intervengono:

Marina Fedrighelli, *Country Manager, Beintoo Italy*

Antonio Filoni, *Business Development Director AUM, Ipsos Doxa*

Francesca Grilli, *Managing Director, Cognitive*

AI nell'advertising: da promessa a strumento

Francesca Rubin, *Ricercatrice, Osservatorio Internet Media*

Intervengono:

Andrea Tridente, *Business Partner, Dentsu – Invitato da Quantcast*

Ilaria Zampori, *VP of Southern Europe, Quantcast*



Pausa caffè

Intervengono:

Alfredo Coco, *Direttore Marketing Web, Out Of Home & Print, Mediamond*

Massimo Di Gennaro, *Deputy MD, Teads Italia*

Davide Fiorentini, *Director, Italy & Spain, Comcast Media Solutions*

Intervengono:

Cecilia Vanoletti, *Senior Director, Customer Success, Integral Ad Science (IAS)*

Edoardo Felicori, *Region Media Manager Italia, Ferrero – Invitato da Integral Ad Science (IAS)*

Il dato che decide: strategie di misurazione nell'era dell'AI

Nicola Spiller, *Direttore, Osservatorio Internet Media*

Intervengono:

Elena Soraya Aliyari, *Partner, Aryel – Invitata da The Trade Desk*

Francesco Bassoli, *Director, Business Development, The Trade Desk*

Partecipazione gratuita.

Informazioni e registrazione su: www.osservatori.net

Cosa sta ridisegnando il mercato pubblicitario italiano? L'Internet advertising cresce, si trasforma e si complica — nel senso più stimolante del termine. Le regole del gioco cambiano velocemente, e per stare al passo non basta osservare i numeri: bisogna saperli leggere, interpretare e anticipare.

Durante il Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio Internet Media, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, sarà offerta una visione completa sull'andamento del mercato pubblicitario in Italia, con particolare attenzione alla componente digitale. Un'occasione per riflettere sui trend in atto e confrontarsi con professionisti del settore sulla trasformazione in corso della filiera pubblicitaria.

MAIN PARTNER

HAVAS
Media
Network

PARTNER

adform
Change the game

ADR
ADVERTISING DI ROMA

beintoo
Business Intelligence

blis

CARBORIS MEDIA

Cognitive

COMCAST
ADVERTISING

DIGITALITÀ '08

FRAMEN

GED
GRUPPO EDITORIALE

HiCMobile

IGPDecaux

IAS

INTESA
SANPAOLO

Ipsos
Doxa

locala

Magnite

MEDIAMOND

MEDIASET
infinity

PUBBLITALIA '80

Quantcast

Rai
Pubblicità

teads

theTradeDesk

SPONSOR

Discovery MEDIA

GRANDI
STAZIONI
RETAIL

MCM
DIGITAL AI

#Rassy

SAMSUNG Ads

sky media

TOSHIBA

ADVance Day: l'Advertising tra AI e Video Strategy

Convegno finale di presentazione dei risultati della Ricerca 2025/2026
Aula De Carli, Edificio B9 – Campus Durando, via Durando 10, Milano e online streaming



14:15

Ripresa dei lavori:**Video Wins Attention – Strategie, dati e logiche di investimento****Frame dopo frame: lo stato del mercato Video in Italia****Claudio Conti**, *Direttore, Osservatorio Internet Media**Intervengono:***Francesco Barbarani**, *Direttore Business Development & Digital, Rai Pubblicità***Lorenzo Del Seppia**, *Direttore Commerciale Italia, Spagna, MENA, Magnite***Cristina Lupi**, *Responsabile comunicazione – Business Digital, Mediaset**Testimonianza a cura di Fater***Stefania Marinangeli**, *Head of Media and Brand Integrated Communication, Fater***Il prossimo frame: costruire la strategia Video di domani****Andrea Meroni**, *Ricercatore Senior, Osservatorio Internet Media*

16.30

Chiusura dei lavori

Cosa sta ridisegnando il mercato pubblicitario italiano? L'Internet advertising cresce, si trasforma e si complica — nel senso più stimolante del termine. Le regole del gioco cambiano velocemente, e per stare al passo non basta osservare i numeri: bisogna saperli leggere, interpretare e anticipare.

Durante il Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio Internet Media, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, sarà offerta una visione completa sull'andamento del mercato pubblicitario in Italia, con particolare attenzione alla componente digitale. Un'occasione per riflettere sui trend in atto e confrontarsi con professionisti del settore sulla trasformazione in corso della filiera pubblicitaria.

MAIN PARTNER**HAVAS** Media Networks**PARTNER****adform**
Change the game**ADR**
ASSOCIATI DI ROMA**beintoo**
Business Digital Media**blis****CARBORIS MEDIA****Cognitive****COMCAST**
ADVERTISING**DIGITALIA '08****FRAMEN****GED**
GRUPPO EDITORIALE**HicMobile****IGPDecaux****IAS****INTESA** SANPAOLO**Ipsos** DATA**locala****Magnite****MEDIAMOND****MEDIASET**
infinity**PUBBLITALIA '80****Quantcast****Rai**
Pubblicità**teads**
ADVERTISING**theTradeDesk****SPONSOR****Discovery** MEDIA**GRANDI**
STAZIONI
RETAIL**MCM**
DIGITAL AI**#Rassy****SAMSUNG** Ads**sky** media**TOSHIBA**

Relatori – Politecnico di Milano



Giuliano Noci

Responsabile Scientifico, Osservatorio Internet Media

Giuliano Noci, ordinario di Strategia & Marketing del Politecnico di Milano, dove dal 2011 ricopre anche la carica di Prorettore. È fondatore e direttore scientifico del Laboratorio Pheel (Physiology Emotion Experience Lab), del Metaverse Marketing Lab e degli Osservatori Multicanalità, Omnichannel Customer Experience e Internet Media. È direttore dell'area Marketing della Polimi Graduate School of Management e Research Fellow di importanti università cinesi. Collabora su base continuativa con il sistema delle imprese con riferimento ai temi inerenti i processi decisionali data-driven in ambito marketing e comunicazione.



Claudio Conti

Direttore, Osservatorio Internet Media

Claudio Conti ha conseguito la laurea magistrale in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano nel 2015 con specializzazione in ICT & Business Management. Nello stesso anno ha lavorato come Junior Marketing Manager presso Ingenico. Dal 2016 ha iniziato a lavorare negli Osservatori Digital Innovation svolgendo attività di ricerca sui mercati digitali, con particolare focus su Mobile e advertising, e sulla filiera TLC. Attualmente è Direttore dell'Osservatorio XR Technologies & Immersive Experience e dell'Osservatorio Internet Media e Ricercatore Senior dell'Osservatorio 5G & Connected Digital Industry. Segue, inoltre, la realizzazione della Ricerca sulle Telecomunicazioni realizzata per Asstel.



Denise Ronconi

Direttrice, Osservatorio Internet Media

Denise Ronconi ha conseguito la laurea magistrale in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano con specializzazione in ICT & Business Management e il master in Management. Dal 2016 ha iniziato a lavorare negli Osservatori Digital Innovation svolgendo attività di ricerca sui mercati digitali con particolare focus su Media, advertising ed eCommerce. Attualmente è la Direttrice dell'Osservatorio Internet Media e del Tavolo di lavoro Retail Media e Senior Advisor dell'Osservatorio eCommerce B2c.



Nicola Spiller

Direttore, Osservatorio Internet Media

Nicola Spiller, direttore degli Osservatori Omnichannel Customer Experience e Internet Media, vanta oltre 15 anni di esperienza in progetti inerenti all'impatto della digitalizzazione sul comportamento del consumatore e sulle conseguenze del rapporto consumatore-impresa, con focus specifico sulle dimensioni di marketing e comunicazione.

Relatori – Politecnico di Milano



Andrea Lamperti

Senior Advisor, Osservatorio Internet Media

Andrea Lamperti, ingegnere Gestionale, è stato Direttore dell'Osservatorio Internet Media fino al 2022 ed ora ne è Senior Advisor. Da oltre 12 anni si occupa di ricerca in ambito digitale all'interno della School of Management del Politecnico di Milano, con particolare focus su Internet Advertising, Media Company, business model online e contenuti digitali. Collabora su diverse attività di ricerca anche in altri ambiti, oltre ad essere Responsabile Marketing & Eventi degli Osservatori Digital Innovation.



Andrea Meroni

Ricercatore Senior, Osservatorio Internet Media

Andrea Meroni, Ricercatore Senior degli Osservatori Internet Media, Omnichannel Customer Experience e Multicanalità, svolge attività di ricerca riguardo il panorama della comunicazione, dei Media e del marketing digitale, con particolare focus sull'impatto dell'omnicanalità sulle strategie aziendali e sulle modalità d'ingaggio degli utenti attraverso i canali digitali.



Francesca Rubin

Ricercatrice, Osservatorio Internet Media

Francesca Rubin, dopo aver conseguito la laurea magistrale in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano, nel 2019 ha iniziato a lavorare presso gli Osservatori Digital Innovation. Attualmente è Ricercatrice dell'Osservatorio Internet Media, dove studia il panorama dei Media online con particolare riferimento alle dinamiche del mercato pubblicitario e alle evoluzioni delle abitudini digitali dei consumatori, e del Tavolo di Lavoro Retail Media.

Relatori – Ospiti



Elena Soraya Aliyari

Partner, Aryel

Elena Soraya Aliyari è una professionista specializzata nello sviluppo commerciale e nella crescita internazionale di aziende innovative. Con quasi dieci anni di esperienza tra Italia e Regno Unito, ha maturato competenze in marketing e media digitali, dagli eventi alle soluzioni immersive e media data-driven. In qualità di Chief Sales Officer di Aryel, guida la crescita globale dell'azienda supportando brand e agenzie nell'adozione di creatività cross-canale evolute, integrate nei diversi touchpoint media e in grado di restituire dati e insight misurabili su Display, CTV, DOOH e ambienti AI conversazionali.



Francesco Barbarani

Direttore Business Development & Digital, Rai Pubblicità

Direttore Business Development & Digital presso Rai Pubblicità, Francesco Barbarani vanta una vasta esperienza nel settore digitale. Nel corso della sua carriera ha ricoperto numerosi ruoli senior presso importanti aziende, tra cui Virgilio, MySpace Italia, Sky Pubblicità, Yahoo! Search Marketing e Fox International Channels Italy. È stato inoltre membro del Consiglio Direttivo di IAB Italia per cinque anni.



Francesco Bassoli

Director, Business Development, The Trade Desk

Francesco Bassoli è un entusiasta di innovazione e tecnologia, con oltre 10 anni di esperienza in digital marketing, programmatic, MarTech ed e-commerce. Dopo un percorso tecnico e poi lato demand in due tra le principali agenzie in Italia, oggi sviluppa il business di The Trade Desk, aiutando brand e agenzie a valorizzare dati, media, tecnologia e misurazione avanzata.



Alfredo Coco

Consigliere, FCP-Assointernet – Direttore Marketing Web, Out of Home e Print, Mediamond

Dal 2010 nella neonata Mediamond ho vissuto l'esperienza di crescita ed affermazione del Gruppo. Direttore Marketing & Operation di Mediamond, dal 2014 ho iniziato ad occuparmi del go to market e le politiche commerciali Print, Digital e, dal 2018, anche Digital Out Of Home. Per 2 anni in Mediamond ho ricoperto il ruolo di Direttore Brand On Solutions, area dedicata alla costruzione dei progetti di comunicazione cross-mediale. Dal 2022, sono nuovamente Direttore Marketing di Mediamond e mi occupo di tutte le soluzioni Digital, Social, OOH e Print della concessionaria. Per 8 anni sono stato membro del CT di Audiweb, per 5 Anni di Audipress, oggi sono attualmente nel CT di Audicom, in quello AudiOutdoor e membro del Consiglio Direttivo FCP AssolInternet.

Relatori – Ospiti



Lorenzo Del Seppia

Direttore Commerciale Italia, Spagna, MENA, Magnite

Lorenzo Del Seppia è Commercial Director di Magnite per l'area Italy, Spain e MENA. In questo ruolo, guida l'espansione commerciale e il posizionamento strategico di tutte le business line di Magnite nella regione, coordinando le partnership con brand, centri media, editori e i principali broadcaster. In Magnite da diversi anni, ha precedentemente operato per un lungo periodo a Londra in qualità di Platform Lead, gestendo lo sviluppo di strategie omnicanale per partner globali come Spotify e Warner Bros. Discovery. Lorenzo unisce una profonda competenza tecnologica a un solido background lato editore, forte di oltre un decennio di esperienza nella gestione di progetti complessi tra UK ed EMEA nel panorama dell'ad-tech internazionale.



Massimo Di Gennaro

Deputy MD, Teads Italia

Massimo Di Gennaro, nato a Napoli nel 1981 e laureato in Scienze Politiche, è attualmente Deputy Managing Director di Teads Italia. Ha iniziato la sua carriera nel digital advertising con Pixel Adv, diventata poi Banzai Advertising, che ha lasciato nel 2016 dopo la quotazione in borsa e l'acquisizione da parte di Mondadori. Successivamente, è entrato in Teads come Sales Director, e dal 2022 ricopre ruolo attuale.



Marina Fedrighelli

Country Manager, Beintoo Italy

Marina Fedrighelli, Country Manager Italy di Beintoo, inizia il suo percorso nel digitale nel 2008 come Sales Manager in Leonardo ADV, proseguendo poi la sua esperienza in Tiscali e Bloglo, dove sviluppa competenze nei modelli di vendita desktop e native. Nel corso degli anni consolida una profonda conoscenza del mercato, collaborando con clienti, centri media e agenzie. Entra in Beintoo nel 2016 come Head of Sales per il Centro e Sud Italia e, dal 2020, ricopre il ruolo di Country Manager Italy, guidando lo sviluppo commerciale e strategico dell'azienda sul mercato italiano.



Edoardo Felicori

Region Media Manager Italia, Ferrero

Con oltre 25 anni di esperienza nel mondo dei media e della comunicazione digitale, ha costruito il proprio percorso sia in agenzia, con tappe in Starcom, Universal McCann e Zenithoptimedia, dove è arrivato a ricoprire il ruolo di Media Director, sia lato brand, in grandi gruppi multinazionali del largo consumo come Nestlé e, dal 2021, Ferrero.

Relatori – Ospiti



Antonio Filoni

Business Development Director AUM, Ipsos Doxa

Oggi in Ipsos Doxa si occupa dello sviluppo Commerciale dell'area Media Entertainment e del coordinamento e sviluppo delle soluzioni di ricerca dove l'AI è al servizio del consumer insight. Laureato in Economia Aziendale all'Università Cattolica di Milano, ha iniziato la sua attività nel settore delle ricerche di mercato nel 2001 e negli anni si è concentrato nello sviluppo e creazione di tool di ricerca che avessero il digitale e la tecnologia come abilitatore di relazione con il consumatore. Da anni collabora con i principali broadcaster e brand per supportarli nella loro strategia sui Media. Fa parte dell'Insight Hub dell'OBE con cui ha sviluppato strumenti atti alla valutazione delle attività di comunicazione del Branded Content e collabora da anni con il Politecnico di Milano per gli Osservatori Internet Media e Media Content.



Davide Fiorentini

Director, Italy & Spain, Comcast Media Solutions

Davide Fiorentini è direttore delle vendite di Comcast Advertising per Italia e Spagna, dove guida team dedicati a supportare gli inserzionisti nella crescita del brand attraverso campagne televisive multischermo. Con una solida esperienza nella vendita di video e media in programmatic, ha ricoperto ruoli di leadership in aziende come FreeWheel, AudienceXpress e StickyAds.tv, contribuendo al lancio e all'espansione delle attività sul mercato italiano. Co-fondatore di Dotadv, piattaforma pubblicitaria self-service poi acquisita da Schibsted Group, Davide è relatore abituale a eventi di settore come l'IAB Forum e l'Engage Conference, porta la sua visione strategica e il suo approccio pratico nelle conversazioni sul futuro dei media. Davide vive a Milano con la famiglia.



Francesca Grilli

Managing Director, Cognitive

Francesca Grilli è Managing Director e partner di Cognitive AI, tech & media company innovativa nel settore delle soluzioni pubblicitarie digitali, che si distingue per l'utilizzo di tecnologie proprietarie che permettono campagne pubblicitarie altamente personalizzate senza l'uso di cookie di terze parti. L'inizio della sua esperienza in Cognitive coincide con la nascita della società, per cui ha guidato l'area commerciale costruendo partnership strategiche con clienti e agenzie, progettato prodotti pubblicitari all'avanguardia e implementato strategie di go-to-market efficaci. In precedenza, ha ricoperto il ruolo di Sales & Marketing Director presso Triboo Media di Sales Director per alfemminile srl, concentrandosi sulle strategie di vendita e reimpostando le dinamiche del reparto sales. Francesca ha anche una solida esperienza come Account Director e Digital Media Manager presso Dentsu, dove ha gestito campagne per marchi di prestigio in vari settori, e come Advertising Manager presso Borsa Italiana, dove ha sviluppato progetti di comunicazione innovativi.

Relatori – Ospiti



Daniel Knapp

Chief Economist, IAB Europe

Daniel is Chief Economist at IAB Europe, providing guidance and insight to industry participants and regulators through evidence-driven analysis. He is also a partner at retail media advisory Colosseum Strategy and co-founder of several analytics and intelligence companies. His clients include technology platforms, agencies, specialist CTV and creator firms, broadcasters, advertisers and regulators. Previously, Daniel founded a programmatic advertising agency, served as an expert on media and AI for the European Commission and was Executive Director for Media & Advertising at intelligence firm IHS Markit (now S&P Global). Daniel holds a PhD from the London School of Economics and serves on the board of the Institute for European Media Law and the Fondation Medialab, a media innovation think tank.



Cristina Lupi

Responsabile comunicazione – Business Digital, Mediaset

Cristina Lupi è una professionista della comunicazione con esperienza nella gestione di progetti di comunicazione integrata e coordinamento di team in ambito digitale. Dopo aver maturato esperienze in agenzie pubblicitarie internazionali nella gestione dei clienti, ha sviluppato competenze specifiche nel marketing di contenuti televisivi, cinema e intrattenimento, con focus sulle piattaforme streaming. Dal 2014 lavora nel Gruppo Mediaset nella direzione Business Digital come Head of Communication, gestendo piani di comunicazione integrata per i brand del Gruppo, branding e promozione contenuti.



Stefania Marinangeli

Head of Media and Brand Integrated Communication, Fater

La passione per il marketing e la comunicazione è il filo conduttore del mio percorso professionale. In Fater ho avuto l'opportunità di crescere attraverso diversi ruoli nel marketing, arricchita anche da un'esperienza internazionale in P&G a Ginevra. Oggi, come Head of Media & Brand Integrated Communication, guido le strategie di comunicazione e media dei nostri brand (Ace, Lines, Pampers, Tampax, Amuchina, Infasil), in Italia e all'estero, con l'obiettivo di costruire connessioni rilevanti e durature con le persone.



Andrea Tridente

Business Partner, Dentsu

Senior Marketing & Business Leader con oltre 10 anni di esperienza nella gestione di clienti enterprise su diversi settori (finance, insurance e altre industry). Attualmente Business Partner in dentsu, ed alla guida di strategie orientate alla crescita sostenibile e alla massimizzazione dei risultati di business. Esperto nella definizione di strategie integrate multi-channel e nella guida di iniziative end-to-end che combinano marketing, dati e tecnologia.

Relatori – Ospiti



Cecilia Vanoletti

Senior Director, Customer Success, Integral Ad Science (IAS)

Cecilia Vanoletti è Senior Director, Customer Success di Integral Ad Science (IAS), leader globale nella digital media quality. Con una solida esperienza nel digital advertising, coordina il team che supporta brand e agenzie sul mercato italiano, sfruttando la media quality per massimizzare le performance dei budget investiti. Speaker in importanti eventi, è esperta di tematiche chiave come l'impatto dell'intelligenza artificiale (AI), la brand safety e suitability, i social media e la misurazione dell'attenzione.



Ilaria Zampori

VP of Southern Europe, Quantcast

Ilaria Zampori vanta 25 anni di esperienza nell'advertising online. Debutta in DoubleClick, poi acquisito da AdLINK Internet Media, assumendo ruoli locali prima di diventare International Product Manager. Successivamente entra in Hi-media Group come International Business Development Director, mentre nel 2011 guida Quisma Italia come General Manager. Chiamata in Quantcast nel 2015 prima per creare la sede italiana e poi per rafforzarne la presenza in Spagna, è oggi Vice President of Southern Europe della società.