



CANDIDATURA AL CONSIGLIO DIRETTIVO 2020/2022 DI:

Nome: Carlo

Cognome: Nosedà

Azienda: M&C Saatchi

Categoria di appartenenza in IAB Italia: Domanda BIG

Perché hai deciso di candidarti al Consiglio Direttivo di IAB?

Nei miei ultimi due mandati come Presidente IAB abbiamo costruito un percorso di crescita importante dell'associazione, che si è sviluppato principalmente su due direttrici:

- **Il consolidamento del ruolo di IAB come centro di competenza e interlocutore chiave verso le istituzioni sui temi legati al mercato della comunicazione digitale.** Abbiamo lavorato sulla nostra offerta formativa che ora rappresenta una quota importante del nostro sistema di offerta, abbiamo sviluppato ulteriormente il sistema dei tavoli di lavoro, abbiamo costruito l'indice IQI che sta diventando sempre più diffuso sul mercato, e abbiamo portato avanti le complesse discussioni su temi come la Digital Tax e la posizione dominante dei grandi player (con il supporto di professionisti di primissimo piano per contrapporre alle semplificazioni la profondità delle argomentazioni).
- **La crescita di IAB in altri ambiti legati al digitale** per posizionarci come un ecosistema che possa contribuire in modo fondamentale alla crescita non solo del nostro mercato ma di tutto il sistema paese. Abbiamo fatto ulteriormente crescere lo IAB Forum sia in termini di presenze che di ampiezza di contenuti, e abbiamo fatto nascere una manifestazione sull'educazione al digitale come la Milano Digital Week che è ora di diritto tra le più importanti a livello europeo.

Credo però ci sia ancora molto da fare, e per questo ho deciso di rimanere a disposizione di IAB, con l'obiettivo di dare continuità al percorso intrapreso e portare a termine un processo di consolidamento e ulteriore arricchimento del valore prodotto dall'associazione.

Quali sono i programmi e gli impegni che vorresti prendere nel triennio 2020/22 con IAB Italia?

Ritengo in primo luogo che gli attuali trend evolutivi del nostro mercato richiedano una presenza forte di IAB sul fronte delle relazioni istituzionali, a livello nazionale ed europeo, e della collaborazione con le altre associazioni nazionali e con il network globale di IAB.

E' fondamentale indirizzare opportunamente le discussioni e le scelte su diversi temi caldi e delicati, che possono influenzare la ulteriore crescita del mercato. Penso, in particolare, al tavolo della commissione europea sulla data protection, alle discussioni su viewability, trasparenza e brand safety, ai nuovi formati pubblicitari; temi sui quali IAB Italia deve portare la voce dei propri associati, in modo forte e costruttivo, nei contesti internazionali.

IAB Italia - Interactive Advertising Bureau

Sede Legale: Piazza Grandi 24, 20135 Milano - Sede Operativa: Via Bergognone 34, 20144 Milano
C.F. 97229130154 Tel. +39 02 58320694, info@iab.it, <http://www.iab.it>



Il nostro mercato vive però in un contesto che non può essere dimenticato, e IAB deve avere sempre più un ruolo guida nel processo di trasformazione digitale del nostro paese.

La Trasformazione Digitale, per essere guidata ed avere successo, necessita di una strategia che si basa su 4 elementi:

- **PERSONE** – abbiamo rafforzato e dovremo continuare a rafforzare la struttura interna, e a costruire **collaborazioni e partnership con persone e realtà primarie a livello italiano e internazionale** (anche attraverso la ulteriore valorizzazione del network IAB Europe) per portare continua innovazione ai soci e al mercato.
- **PROCESSI** – La formazione deve essere la chiave per migliorare l'organizzazione delle aziende, che devono avere una visione chiara delle competenze necessarie e dei processi per arrivare ai loro obiettivi. Lavoreremo su un **grande programma di certificazione delle competenze digitali** per qualificare i professionisti e le società e garantire la filiera. **Svilupperemo ulteriormente il sistema dei tavoli di lavoro**, anche inserendo figure provenienti da istituzioni accademiche e centri di ricerca, e miglioreremo anche la comunicazione dei risultati al mercato, per dare loro maggiore evidenza. Infine **continueremo a lavorare su indicatori come IQI** che devono posizionare IAB come realtà centrale nella definizione degli standard di mercato.
- **PIATTAFORME TECNOLOGICHE** – Abbiamo già varato un investimento in una **piattaforma di CRM** che, collegata al nuovo sito web (che stiamo sviluppando) ci aiuterà ad offrire ai soci servizi sempre più coerenti con le loro aspettative. La tecnologia è fondamentale come abilitatore di innovazione e in tal senso stringeremo **partnership con aziende, grandi eventi legati alla tecnologia e centri di ricerca per trasmettere una visione sempre avanzata sui grandi cambiamenti che la tecnologia renderà possibili.**
- **CULTURA** – È l'elemento più importante, e rafforzeremo il nostro ruolo come motore per aumentare la cultura del digitale, attraverso **l'evoluzione del Forum** (che già si vedrà nel 2020), la creazione di **eventi verticali legati al mondo dell'advertising digitale** e la **crescita di iniziative "popolari" come la Milano Digital Week**. Il mio obiettivo è però di andare oltre gli eventi e di utilizzarli come un volano per **portare cultura digitale nel paese in ogni momento dell'anno**. Iniziative come IAB Podcast sono un esempio di come il grande patrimonio di contenuti che IAB produce possa essere messo a disposizione di tutti, soci e non soci. Credo sia anche importante rafforzare il presidio dell'associazione nell'ambito delle ricerche di mercato, sia direttamente sviluppate da IAB Italia per misurare e qualificare i fenomeni e i trend più rilevanti nel mercato domestico, sia partecipate in ambito europeo attraverso i progetti di IAB EU. Ricerche che devono essere comunicate e divulgate in modo più attento ed efficiente, a beneficio di tutti gli operatori e investitori del mercato.

IAB Italia - Interactive Advertising Bureau

Sede Legale: Piazza Grandi 24, 20135 Milano - Sede Operativa: Via Bergognone 34, 20144 Milano
C.F. 97229130154 Tel. +39 02 58320694, info@iab.it, <http://www.iab.it>



Breve profilo professionale personale

Carlo Nosedà, 45 anni, Comasco. Una moglie e due bambini. Pubblicitario sin dal suo primo giorno di lavoro, cresce in Saatchi & Saatchi sino a diventare New Business Director e Deputy General Manager. Nel 2010 diventa AD e co fondatore in Italia di M&C Saatchi – l'attuale agenzia dei fratelli Saatchi – che in pochi anni si afferma nel mercato della comunicazione integrata in Italia. La sua esperienza viene dall'aver lavorato per clienti come Sky, BMW, Telecom, Fiat, Leroy Merlin, UniCredit, Autogrill, Fastweb, Coni, Generali, Mtv.

Eventuali precedenti attività svolte per IAB Italia

Ho ricoperto il ruolo di Presidente nel Consiglio Direttivo in carica nel triennio 2014-2016 e 2017/2019.

Breve profilo aziendale

M&C SAATCHI è la sede italiana del più giovane network di agenzie di comunicazione. Fondata a Milano nel 2010 è guidata da cinque professionisti, tutti di consolidata esperienza. Carlo Nosedà, CEO & Managing Partner, Vincenzo Gasbarro e Luca Scotto di Carlo entrambi Creative Partner, Silvio Meazza Interactive Partner e Jonathan Grundy Senior Partner. Si occupa della comunicazione di clienti come Sky, BMW, UniCredit, Autogrill, Parmareggio, Genertel.

IAB Italia - Interactive Advertising Bureau

Sede Legale: Piazza Grandi 24, 20135 Milano - Sede Operativa: Via Bergognone 34, 20144 Milano
C.F. 97229130154 Tel. +39 02 58320694, info@iab.it, <http://www.iab.it>