

COLLECTION 2016: CONDÉ NAST PUNTA ALL'INNOVAZIONE DIGITALE DI QUALITÀ



Milano 2 febbraio 2016 - La formazione di figure professionali capaci di operare sul fronte della comunicazione digitale è un aspetto che noi, studenti del master universitario in Media Relation e Comunicazione d'Impresa, abbiamo visto e sperimentato da vicino, costituendo essa una parte essenziale per ogni azienda che oggi voglia essere concorrenziale.

Un evento a cui abbiamo partecipato, che ha chiarito meglio il concetto, è stato quello organizzato da Condé Nast Italia, presso il Teatro Nazionale a Milano. Un'occasione, quella di "Collection 2016",

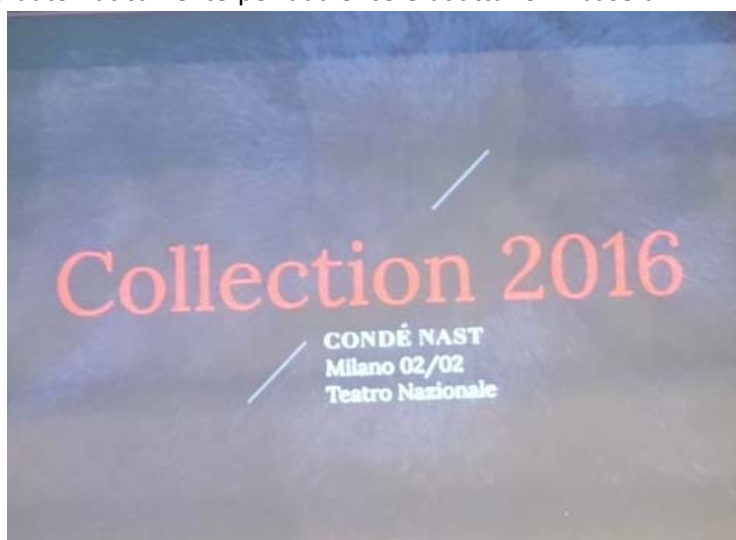
di approfondire temi come l'evoluzione digital delle maggiori testate della media company, le dinamiche di presentazione dei successi conseguiti l'anno passato e le relative novità del 2016 ai potenziali spender pubblicitari e investitori partner.

Questa è stata la seconda edizione di un interessante appuntamento business che ha visto come protagonisti Giampaolo Grandi e Fedele Usai, rispettivamente Presidente e Direttore generale della casa editrice. Se il primo ha focalizzato il suo discorso sui valori fondanti della casa editrice stessa, tra i quali l'etica e la qualità, il secondo ha sottolineato l'importanza di Condé Nast, quale primo editore di tutto il mercato italiano, grazie a un'audience complessiva di 26 milioni di utenti. Di questi, 20 sono fruitori del digitale, i restanti 6 del print, ma dato ancora più importante è la cifra rappresentata dalle 3.2 interazioni registrate ogni secondo, che rende Condé Nast un influencer del mondo contemporaneo a tutti gli effetti.

Tra le innovazioni presentate dal direttore troviamo il primo sistema di full platform nativo italiano, un sistema in grado di generare contenuto, distribuirlo automaticamente per audience e adattarlo in base al dispositivo utilizzato; una vera e propria rivoluzione nel mondo digital con un unico grande scopo, ossia quello di "andare a intercettare il massimo livello della curva di interesse dei nostri utenti, che sono poi i vostri clienti" – dichiara Fedele Usai rivolgendosi agli investitori invitati.

Oltre a questa novità, il direttore non ha esitato a presentarne di altre, tra cui quella relativa a Vogue.it che, dal 22 febbraio, sarà online con un nuovo sito e un nuovo sistema Frame che mira a offrire un'esperienza digitale di navigazione qualitativa. Esso andrà così a completare l'offerta editoriale, aggiungendosi a quella di Glamour.it, il cui sito verrà completamente rinnovato e sarà privo di display advertising e a quella di Wired, che potrà contare su una collaborazione esclusiva con "ars tecnica".

Infine, nel calendario 2016 la sezione eventi di Condé Nast si arricchisce di appuntamenti: oltre agli imperdibili Vogue Fashion Night Out, Glamour Beauty HUB e GQ Freak Out, si aggiungono il nuovo "Photo Vogue", festival della fotografia fashion che si terrà a Milano a novembre mentre il Wired Next Fest, la tre



giorni all'insegna di innovazione economica, scientifica e culturale, si arricchirà di un'altra tappa oltre a quella di Milano, quella di Firenze.

La partecipazione di ospiti del calibro di Beppe Fiorello e Giosada, vincitore di Xfactor 9, ha allietato un evento unico che ha permesso a noi studenti del master di avvicinarci al mondo dell'organizzazione di eventi e di capire meglio lo scopo di una serata che, dall'esterno può sembrare spensierata, ma che in realtà racchiude in sé una strategia di business mirata alla raccolta di investimenti.

Luca Milani

