

L'innovazione tecnologica da un lato, e lo sviluppo di nuove modalità di comunicazione dall'altro, hanno favorito e accelerato il processo di revisione del sistema comunicazione. NC affronta temi come il marketing non convenzionale, relazionale ed esperienziale, le nuove forme di ingaggio e di intrattenimento da parte dei brand, la comunicazione strategica integrata e il punto vendita come nuovo ambiente di comunicazione.

**n.106**

FEBBRAIO/MARZO/APRILE

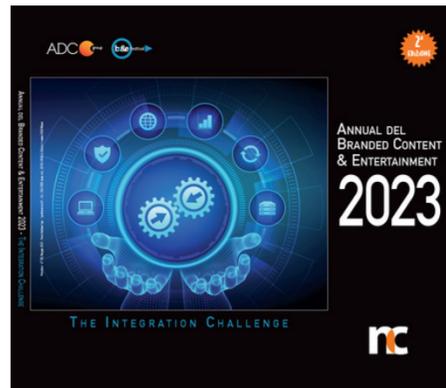
In distribuzione alla cerimonia dei BC&E Awards (Aprile 2024)



**n.107**

ANNUAL BC&E

In distribuzione alla cerimonia dei BC&E Awards (Aprile 2024)



**n.108**

ANNUAL CREATIVITÀ

In distribuzione alla cerimonia degli NC Awards (Maggio 2024)



**n.109**

MAGGIO/GIUGNO/LUGLIO



**n.110**

AGOSTO/SETTEMBRE/OTTOBRE

In distribuzione alla cerimonia di premiazione degli NC Digital Awards



**n.111**

NOVEMBRE/DICEMBRE/GENNAIO



**INCHIESTA SOCIAL MEDIA POWER\_NON SI VIVE DI SOLI FOLLOWER**

Il Social Media Marketing è cruciale ma spesso sottovalutato. Richiede conoscenza approfondita e costante aggiornamento. L'Influencer Marketing è un trend significativo, richiede attenzione e misurazione. Le nuove linee guida dell'AgCom, ispirate dal caso Ferragni-Balocco, sollevano domande sui criteri di selezione degli influencer e sull'impatto degli investimenti pubblicitari.

**ANNUAL DEL BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT**

L'Annual propone un ampio scenario sul mercato e raccoglie tutti i progetti in concorso ai Branded Content & Entertainment Awards e Brand Sustainability Awards

**ANNUAL DELLA CREATIVITÀ**

L'Annual della Creatività raccoglie tutti i progetti di comunicazione iscritti agli NC Awards, il premio bandito da ADC Group per promuovere e sviluppare la cultura della 'Nuova Comunicazione'

**SPECIALE NC AWARDS, BC&E AWARDS 2024**

Scopriamo i progetti vincitori dei premi dedicati alla migliore comunicazione made in Italy, al Branded Content & Entertainment e ai progetti di Sustainability dando voce ai giurati, ai protagonisti e agli sponsor.

**INCHIESTA INTELLIGENZA ARTIFICIALE, VOLANO DELLA COMUNICAZIONE?**

Le aziende combinano i first party data e l'intelligenza artificiale per inviare messaggi mirati. Consulenti di marketing e comunicazione ridefiniscono processi per sfruttare le opportunità dell'IA. Publisher e Adtech usano IA per ottimizzare l'advertising. Professionisti della comunicazione esplorano le frontiere dell'IA per un vantaggio competitivo.

**SPECIALE NC DIGITAL AWARDS**  
Scopriamo progetti vincitori dell'edizione 2024 del premio dedicato alla miglior creatività digitale made in Italy.

**INCHIESTA ITALIANS DO IT BETTER**  
Insieme alle agenzie di comunicazione a capitale italiano, analizzeremo gli asset che caratterizzeranno il futuro di questo mercato in termini di nuovi approcci e nuovi linguaggi.

**n.106**

FEBBRAIO  
MARZO  
APRILE

## INCHIESTA SOCIAL MEDIA POWER\_NON SI VIVE DI SOLI FOLLOWER

Il **Social Media Marketing** è oggi una delle voci principali delle strategie di marketing delle imprese. Non tutti lo approcciano però con la giusta **consapevolezza** e, soprattutto, con un'adeguata conoscenza. Non basta la creatività, seppur essenziale, ma servono anche **un'analisi attenta** e approfondita, conoscenze e competenze che si acquisiscono solo con **studio, esperienza** e aggiornamento **continuo**. Tra i vantaggi del social media marketing: aumentare la consapevolezza del marchio; creare conversazioni e fidelizzare i clienti; facilitare la distribuzione dei contenuti; portare traffico al sito web e generare contatti e clienti. **L'influencer marketing** è uno dei social media trend principali degli ultimi anni, un vero e proprio **'media'** attivabile quanto quelli tradizionali che raccoglie **323 milioni** di investimenti pubblicitari. Anche in questo caso, perché sia efficace, va attivato con consapevolezza e misurato in base a parametri specifici, di tipo quantitativo e qualitativo. Perché non di soli numeri è fatto **l'influencer marketing**, ma di engagement, sentiment, reazioni del pubblico al contenuto. L'AgCom ha da poco approvato nuove linee guida anche alla luce della **vicenda pandoro gate Ferragni-Balocco**. Cosa ne pensano gli addetti ai lavori? Come rendere una campagna efficace? Come monitorare l'attività sui social media e degli influencer? Quale impatto ha avuto il pandoro gate Ferragni-Balocco sugli investimenti pubblicitari? Quali criteri vengono adottati per la selezione degli **influencer**?

**n.107**

## ANNUAL DEL BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

Il volume propone un ampio scenario sul mercato e raccoglie tutti i progetti in concorso ai **Branded Content & Entertainment Awards** e **Brand Sustainability Awards**.

**n.108**

## ANNUAL DELLA CREATIVITÀ

Il volume raccoglie tutti i progetti di comunicazione iscritti agli **NC Awards**, il premio bandito da ADC Group per promuovere e sviluppare la cultura della 'Nuova Comunicazione'.

**n.109**

MAGGIO  
GIUGNO  
LUGLIO

## SPECIALE\_NC AWARDS 2024, BC&E AWARDS 2024

Dando voce ai giurati, ai protagonisti e agli sponsor, scopriamo i progetti vincitori dei premi dedicati alla migliore **comunicazione made in Italy**, ai **social media**, al **Branded Content & Entertainment** e ai **progetti di comunicazione sostenibili**.

**n.110**

AGOSTO  
SETTEMBRE  
OTTOBRE

## INCHIESTA\_INTELLIGENZA ARTIFICIALE, VOLANO DELLA COMUNICAZIONE?

Come inviare il messaggio giusto al momento giusto? Combinando i **first party data** e l'**intelligenza artificiale**. Le aziende possono oggi identificare le **abitudini** e i **comportamenti** dei consumatori in tempo reale e usare queste informazioni per scoprire nuovi potenziali clienti su internet. Le realtà che mettono a disposizione servizi di **consulenza di marketing** e **comunicazione** stanno ridisegnando processi e **organizzazione** per sfruttare al meglio le opportunità attuali e future offerte dall'**Intelligenza Artificiale generativa**. Molti player, inoltre, stanno valutando partnership, creazione di società specializzate o unit in grado sviluppare le tecnologie **IA**. **Publisher e Adtech** company sperimentano costantemente strumenti di **machine learning**, algoritmi predittivi e strumenti di media automation per valorizzare il proprio traffico e rendere l'advertising ulteriormente performante. Cosa pensano i professionisti della comunicazione? Quali sono le nuove frontiere **dell'IA** applicata alla **comunicazione e Adv**? Come è possibile sfruttare le tecnologie legate **all'IA** per un **vantaggio competitivo**?

**n.111**

NOVEMBRE  
DICEMBRE  
GENNAIO

## SPECIALE\_NC DIGITAL AWARDS 2024

Scopriamo, inoltre, i progetti vincitori dell'edizione 2024 del premio dedicato alla miglior **creatività digitale 'made in Italy'** e di quelli del premio **Ima - Influencer Marketing Awards**. La parola ai giurati, alle agenzie e agli sponsor.

## SPECIALE\_ITALIANS DO IT BETTER

Appuntamento dedicato al valore competitivo **dell'indipendenza**. Insieme alle agenzie di comunicazione a capitale italiano, analizzeremo gli asset che caratterizzeranno il futuro di questo mercato in termini di **nuovi approcci e nuovi linguaggi**. Affronteremo temi quali **purpose, creatività, flessibilità, dati, tecnologia, rapporto marche/consumatori** e i **format** più gettonati.