

LOST IN TARGETING

IL DIGITAL ADVERTISING TRA PROMESSE E REALTÀ

Saluti e introduzione

Massimo SCAGLIONI, Direttore Ce.R.T.A. Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi

Fabio GUARNACCIA, Direttore Link. Idee per la televisione, Marketing strategico RTI



Presentazione della ricerca

Lost in Targeting. Il digital advertising tra promesse e realtà

Anna SFARDINI

Docente di Metodi di ricerca sulla produzione e i consumi medial, Responsabile delle ricerche di Ce.R.T.A.

Tavola rotonda

Dove si crea il valore: brand, editori e media a confronto

Matteo CARDANI

Chief Marketing Officer MFE ADVERTISING

Edoardo FELICORI

Region Media Manager Italia Ferrero

Luca POGGI

Amministratore Delegato Rai Pubblicità

Federica SETTI

Chief Data Technology Analytics Officer WPP Media, Managing Director Choreograph

Moderà:

Massimo SCAGLIONI

Direttore Ce.R.T.A. Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi

Conclusioni

Federico DI CHIO

International Strategic Marketing SVP MFE

Presentazione

Giovedì 17 settembre 2026

Aula SF.301 - Edificio San Francesco - ore 11.00

Largo A. Gemelli - Milano



RSVP al [LINK](#) qui presente
Per informazioni certa@unicatt.it



LINK

CeRTA

Centro di Ricerca
sulla Televisione e gli Audiovisivi



**UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore**