

Corso di Alta Formazione

Influencer & social media marketing

Aspetti legali,
fiscali e di business

30/31 gennaio e 12 febbraio
PADOVA

CONTENUTI

I social media sono ormai diventati una leva di business imprescindibile per tutte le aziende, sia grandi che piccole. In particolare gli influencer svolgono un ruolo chiave per le imprese, che sembrano voler puntare sempre di più su questo strumento per migliorare l'awareness del proprio brand, garantire maggiore notiziabilità ai propri eventi e aumentare le vendite. I dati parlano chiaro: con il 64% delle imprese italiane impegnate, negli ultimi due anni gli investimenti per l'influencer marketing in Italia sono aumentati del 131% e il mercato è in continua evoluzione. Tuttavia, come dimostrano alcuni casi recenti, l'uso degli influencer e dei social media in generale non è privo di rischi, anche legali. In questo quadro, la conoscenza della normativa (compliance) appare come un presupposto indispensabile per sfruttare al meglio le opportunità offerte dal web.

#Adv #Webreputation

#Legal #SocialMediaPolicy

OBIETTIVI

Il Corso, tenuto da docenti universitari ed esperti, mira ad offrire ai partecipanti gli strumenti per definire una strategia di marketing che tenga conto ad un tempo delle logiche comunicative e dei vincoli normativi. Attraverso il ricorso a casi pratici e testimonianze saranno dunque evidenziate le opportunità e i rischi connessi all'evoluzione dei media, nonché gli strumenti di tutela da considerare nella

costruzione di un piano di comunicazione adeguato e funzionale alla promozione del brand e alla valorizzazione della reputazione aziendale.

Grazie alle numerose testimonianze e ad un modello altamente interattivo, gli iscritti avranno l'opportunità di confrontarsi con esperti e addetti ai lavori e di diventare protagonisti nell'apposito Q&A formativo che si terrà a chiusura del programma.

NUMERO MASSIMO: 40

PREZZO: 700 euro (iscrizioni entro il 30 dicembre: 600 euro) comprensivo del materiale didattico e dell'aperitivo di networking finale

ORARIO: 10:00-13:30 /14:30-18:00

DESTINATARI

L'evento formativo è rivolto ai Responsabili del Servizio Legale e del Servizio Compliance, ai Responsabili del Servizio Marketing nonché ai Responsabili della Comunicazione di imprese, banche, e assicurazioni. L'iniziativa è altresì rivolta alle Agenzie di comunicazione e pubblicitarie, web & social media specialist e manager, consulenti privacy e a tutti gli addetti alle attività di Digital Marketing.

Per informazioni e iscrizioni: **info@itll.it**

GIOVEDÌ 30 GENNAIO

BRAND e NUOVI MEDIA. L'EVOLUZIONE DEL PARADIGMA COMUNICATIVO

- * La comunicazione nell'era dei millennials
Marco Bettiol (UNIPD)
- * Evoluzione del marketing relazionale: dalle community agli influencer
Eleonora Di Maria (UNIPD)

TESTIMONIAL, BLOGGER E INFLUENCER MARKETING: COME E PERCHÉ

Anna Baldissera (Young Digitals)

- Differenza tra Influencer e Testimonial
- Tipologie e livelli di social influence
- Perché iniziare una campagna di Influencer Marketing
- Perché investire nell'influencer marketing
- Casi pratici

LA SCELTA DELL'INFLUENCER

Fabrizio Perrone (Buzzoole)

- Come trovare e selezionare l'influencer giusto
- Come controllare la veridicità di un profilo Instagram e quali metriche contano davvero?
- Casi pratici

IL SOCIAL MEDIA MARKETING TRA AUTOREGOLAMENTAZIONE E VINCOLI LEGALI. SPUNTI SISTEMATICI

Claudia Sandei (UNIPD)

LAB: Il Marketing come "processo" e l'importanza della misurazione

Alessandro Faorlin (Auxielli)

VENERDÌ 31 GENNAIO

IL RAPPORTO INFLUENCER-IMPRESA

- * Il rapporto con le agenzie di talent management e la conclusione del contratto con l'influencer: clausole (esclusiva, corrispettivo, diritti del committente sui contenuti, ...) e casistica
Rachele Perico (TBS Crew)
- * Profili fiscali dell'influencer marketing
Nicola Bombassei (Legalitax)

LA TUTELA DELLA WEB REPUTATION AZIENDALE

- * Media training: rapportarsi ai media online, ai social e come gestire crisi reputazionali
Domenico Lanzilotta (Blum)
- * Haters, Recensioni negative e Fake News: il ruolo delle piattaforme
Alberto Bellan (Hogan Lovells)
- * Brand reputation e accertamento dell'illecito: strumenti per la prova digitale
Tommaso Grotto (Kopira)

INFLUENCER E GLOBALIZZAZIONE: PROFILI DI DIRITTO INTERNAZIONALE

- * Influencer nei Paesi di Common Law e gli effetti della Brexit
Patrizia Pontello

MERCOLEDÌ 12 FEBBRAIO

IL RAPPORTO INFLUENCER/CONSUMATORE: PROFILI DI RESPONSABILITÀ

- * #ADV: Messaggi pubblicitari, trasparenza e tutela del consumatore - *Davide Mula (UER)*

REGOLE E SUGGERIMENTI PER UN CORRETTO UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

- * Hashtag, Copyright e Tutela dei brand
Cristina Bellomunno (Legalitax)
- * Privacy e sicurezza dei dati
Riccardo Marchetti
- * Funzione e contenuto della cd. Social Media Policy aziendale
Alessandro Polettini (Legalitax)

CONTEST E MANIFESTAZIONI A PREMIO: COME REALIZZARLE E COME GESTIRE I DATI

Maddalena Valli (Legalitax)

- La disciplina delle manifestazioni a premio nei social networks
- Casi pratici

17:00 – TAVOLA ROTONDA E DIBATTITO APERTO, con la partecipazione di Luca Barbieri (Blum)

APERITIVO DI NETWORKING

Coordinamento Scientifico:

Prof. Claudia Sandei
Prof. Marco Bettiol
Prof. Eleonora Di Maria

Segreteria Organizzativa:

Dr. Valentina Rizzi
Dr. Sara Michielin

Per iscrizioni
www.itll.it
info@itll.it

Organizzato da



Con il patrocinio di

1222-2022
800
ANNI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Partners



BUZZOOLE



Media partners

 VENETOECONOMIA.IT

 INNOVATION
NATION



legalitax
STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO

YOUNG
DIGITALS

 INHOUSECOMMUNITY