



“OLTRE L’AI. LE IMPRESE E LA SFIDA DEL WEB 3.0”

MILANO
21 giugno 2023

Location:

Hotel NH Collection CityLife di Milano e in collegamento dalla piattaforma Web3 Alliance.

Speaker:

Ivan Montis, *Segretario Generale di Web3 Alliance*

Alessandro Scalcon, *Senior Researcher di SWG*

Andrea De Micheli, *Presidente W3A e Co-founder, Chairman & CEO di Casta Diva Group*

Elena Schiaffino, *Vicepresidente W3A e Co-founder & Partner di Engitel*

Fabiano Lazzarini, *Vicepresidente W3A e Senior Manager di Jakala*

Ivana Bartoletti, *Co-founder of the Women Leading in AI Network e Visiting Cybersecurity and Privacy Executive Fellow at Pamplin Business School Virginia Tech; Global Chief Privacy Officer in Wipro*

Umberto Basso, *Managing Director di AKQA*

Lydia Mendola, *Partner Studio Portolano Cavallo*

Matteo Oriani, *Principal Cloud Consultant – Adobe West EMEA*

Alberto Barachini, *Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega all’informazione e all’editoria*

Daniele Manca, *Vicedirettore e responsabile LogIn del Corriere della Sera*

Fausto Colombo, *Professore ordinario di Teoria e tecniche dei media presso la Facoltà di scienze politiche e sociali all’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Pro-Rettore delegato alle attività di comunicazione e promozione dell’immagine dell’Ateneo*

Barbara Bontempi, *Chief Digital Officer di Piemme e Vicepresidente del Consiglio Direttivo di IAB Italia*

Michela Colamussi, *Director of Transition to Digital and Innovation del Gruppo Monrif*

Alberto Sanna, *Direttore Centro di Ricerca Tecnologie Avanzate per la Salute ed il Ben-Essere, IRCCS Ospedale San Raffaele*

Niccolò Magnani, *Partner Triplesense Reply*

Alessio Agricola, *Media & Communication Manager di Alpitour Group*

Roberto Silva Coronel, *CEO & Founder di MMM Group*

Valentina Usellini, *Senior Business Development Manager di MMM Group*

Riccardo Saracchi, *Co-founder e Chief Business Officer di BitForFun*

Riccardo Traina Chiarini, *Counsel dello Studio legale Trevisan & Cuonzo*

Tommaso Jacopo Ulissi, *Group Head of Strategy, Transformation and Capital Allocation di Nexi*

Sara Noggler, *Web3 Advisor, CEO di Polyhedra e Membro del Metaverse Fashion Council*

Francesco Paolo Conticello, *Head of Communication & External Relations di Casta Diva Group*

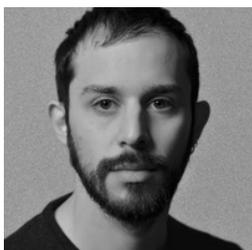
Lorenzo Cappannari, *CEO di AnotheReality*

Andrea Gaggioli, *Professore ordinario di Psicologia Generale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano*

Alessandro De Grandi, *CEO & Founder di The Nemesis*

Gianluca Perrelli, *CEO di Buzzoole*

Federico Rampolla, *Advisor strategico, board member e autore*



Alessandro Scalcon, Senior Researcher di SWG

Laureato in sociologia e ricerca sociale. In SWG dal 2017, cura indagini di scenario, osservatori valoriali e sondaggi d'opinione, per leggere i trend di mercato nel quadro più ampio dei mutamenti sociali in atto. Specializzato nella ricerca di insight a supporto di iniziative editoriali e di comunicazione strategica. [Dall'AI al Metaverso, che tipo di informazione si è diffusa sulle tecnologie del Web 3.0? Tra sfide e opportunità, Alessandro Scalcon presenta un'analisi di](#)

[SWG che individua le modalità di reazione della popolazione di fronte ai recenti sviluppi tecnologici, soffermandosi sul futuro dell'Intelligenza Artificiale e sulla propensione a un suo uso per la crescita personale, il benessere e in generale il miglioramento della propria qualità di vita.](#)



Andrea De Micheli, Presidente W3A e Co-founder, Chairman & CEO di Casta Diva Group

Andrea De Micheli ha prodotto migliaia di spot, ideato e organizzato centinaia di grandi eventi e ha lavorato con molti premi Oscar e con altre star della moda e dello sport. Ha fondato Casta Diva Group e ha scritto "La fabbrica degli spot" (Lupetti Editore) con la prefazione di Spike Lee. È stato il primo a portare in Borsa (sull'allora AIM Milano, oggi Euronext Growth Milan) una società attiva nella comunicazione corporate.

[L'arrivo dei servizi di AI generativa ha imposto un nuovo scenario per il dibattito pubblico. Andrea De Micheli si interroga sugli sviluppi e sul ruolo di Web3 Alliance in un contesto tecnologico così mobile e suscettibile a cambiamenti rivoluzionari.](#)



Elena Schiaffino, Vicepresidente W3A e Co-founder & Partner di Engitel

Umanista convertita alla tecnologia. Laurea in Giurisprudenza, giornalista, esperienza all'estero in UK e Francia. Elena Schiaffino incontra internet nel 1995 partecipando allo start-up di Video On Line e poi Tin.it (Telecom Italia). Da allora non smetterà più di voler comprendere e condividere le potenzialità della tecnologia a supporto del business. Dal 2000 è co-founder di Engitel, una delle primarie digital agency italiane private. Autrice del libro "Stop agli incantatori del Web" e vincitrice di alcuni premi. A entusiasmarla più della

tecnologia solo i suoi due amatissimi figli.

[Elena Schiaffino racconta le diverse potenzialità delle tecnologie abilitanti, oltre l'Intelligenza Artificiale generativa. Secondo Schiaffino, la forte attenzione che l'AI ha generato negli ultimi mesi potrebbe non dare il giusto peso ad altri attivatori di business.](#)



Fabiano Lazzarini, Vicepresidente W3A e Senior Manager di Jakala

Fabiano Lazzarini, quattro figli e laureato in Economia e Commercio ricopre la carica di Senior Manager in Jakala che ha assunto dopo essere stato Country Manager di Qwant, il primo motore di ricerca europeo con tecnologia proprietaria che protegge la privacy delle persone. Lazzarini inizia la propria carriera nel mondo del digitale lanciando Netforum e DailyNet.

Successivamente è stato il primo General Manager di IAB Italia, ruolo che mantiene per sei anni entrando anche nel board di IAB Europe. Passa all'australiana REA Group con il ruolo di Media&Strategy Manager di Casa.it. In passato è stato coordinatore e docente del Master in Marketing, Communication and New Technologies della Business School de Il Sole 24 Ore. La sua passione sono le gare di Ironman.

In una tavola rotonda sulla velocità di sviluppo delle tecnologie del Web 3.0 Fabiano Lazzarini si focalizza sulle sfide e sulle incertezze che si troverà ad affrontare un sistema culturale-impresoriale conservatore come quello italiano. In riferimento ai dati di ricerca SWG, Lazzarini spiega perché investire nell'innovazione non dovrebbe generare paura.



Ivana Bartoletti, Co-founder of the Women Leading in AI Network e Visiting Cybersecurity and Privacy Executive Fellow at Pamplin Business School Virginia Tech; Global Chief Privacy Officer in Wipro

Ivana Bartoletti è autrice di "An Artificial Revolution: on Power, Politics and AI" (Indigo Press) e curatrice dell'AI Book, il manuale per l'uso dell'intelligenza artificiale nei servizi finanziari. Commentatrice e public speaker, Bartoletti è fondatrice del Women Leading in AI Network e della coalizione internazionale per i diritti nel digitale, AUDRI. Nel 2022 ha vinto il premio come Privacy Leader,

Technology, presso i PICCASO Privacy Awards a Londra.

Alla luce dell'approvazione dell'AI Act da parte del Parlamento Europeo, Ivana Bartoletti si interroga sulle implicazioni etiche del Web 3.0 e dell'AI. Per sfruttare al meglio le grandi opportunità offerte dalle nuove tecnologie è necessario dare la giusta importanza a questioni come la responsabilità, la privacy e la sicurezza. Soffermandosi sulla protezione dei dati e sulla normativa vigente in ambito di diritti, Bartoletti insiste sulla necessità di decentralizzare la gestione e lo sviluppo dell'Intelligenza Artificiale per creare democratici ecosistemi di fiducia.



Umberto Basso, Managing Director di AKQA

Umberto Basso è Managing Director Italy di AKQA, agenzia specializzata nell'ideazione, progettazione e realizzazione di innovative forme di interazione, su tutti i canali di contatto, tra clienti e brand. AKQA, parte del Gruppo WPP, è presente in 29 sedi tra Europa, Stati Uniti, America Latina e Asia e conta su una squadra di più di 2.600 professionisti. Nominata da Gartner e Forrester come una delle agenzie leader in innovazione ed experience design è stata riconosciuta da Fast Company come il "Best Place to work" per gli innovatori.

Umberto Basso racconta di come le tecnologie del Web 3.0 stanno impattando nel modo in cui i brand comunicano e si relazionano con i propri stakeholder.



Lydia Mendola, Partner Studio Portolano Cavallo

Lydia è socia di Portolano Cavallo dal 2018. Con oltre vent'anni di esperienza, assiste clienti italiani e stranieri in materia di proprietà intellettuale ed industriale, con particolare riferimento a controversie riguardanti la violazione di marchi e brevetti, design e diritto d'autore. Si occupa, inoltre, di diritto dei consumatori e della pubblicità, e ha una profonda conoscenza dei settori Digital, Media & Technology, Life Sciences, Fashion & Luxury e Food & Beverage. È membro di diverse associazioni internazionali nel campo della

proprietà intellettuale ed è una riconosciuta esperta nel settore.

ChatGPT intervista l'avvocato Lydia Mendola sulle problematiche che l'Intelligenza Artificiale sta ponendo dal punto di vista legale, in particolare con riferimento alla creazione di contenuti creativi.

Una prima assoluta di confronto tra una professionista di altissimo livello e la più avanzata tecnologia di Intelligenza Artificiale disponibile al pubblico.



Matteo Oriani, Principal Cloud Consultant – Adobe West EMEA

In Adobe dal 2007, attualmente ricopre il ruolo di Principal Cloud Consultant; la sua attività consiste nel fornire supporto strategico/consulenziale ai top customer Adobe, su temi legati alla digital transformation, operanti nei settori Finance, MultiMedia, Manifatturiero e Fashion. In passato ha collaborato per società multinazionali operanti nei settori comunicazione e design, oltre a varie collaborazioni e consulenze per enti governativi e aziende private.

Matteo Oriani porta la discussione intorno alle implicazioni etiche dell'Intelligenza Artificiale nel campo dei media sintetici, ovvero i contenuti audiovisivi spesso generati o modificati dall'AI. Nello specifico, Oriani presenta CAI (Content Authenticity Initiative), un progetto di Adobe in collaborazione con il New York Times e Twitter, nato con l'obiettivo di combattere la disinformazione e garantire la veridicità dei contenuti digitali.



Alberto Barachini, Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega all'informazione e all'editoria

Eletto Senatore nella XVIII Legislatura, è stato Presidente della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi. Ha iniziato la carriera giornalistica nel '94, a ventidue anni, nei quotidiani locali. Per il gruppo Mediaset dal '99 è stato inviato di politica e cronaca, conduttore e caporedattore centrale del canale all news "Tgcom24".

Alberto Barachini introduce i temi che verranno poi trattati nella seconda tavola rotonda del forum: l'incontro tra tecnologia e giornalismo e gli effetti del Web 3.0 sull'editoria. Il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri spiega quali sono le strade da percorrere e come sostenere il mondo dell'informazione che cambia.



Daniele Manca, Vicedirettore e responsabile LogIn del Corriere della Sera

Daniele Manca è Vicedirettore ed editorialista del Corriere della Sera dal 1994. Ha seguito la copertura di importanti avvenimenti economici e politici italiani, dalla Borsa del '86 a Mani Pulite, dalla nascita dell'euro al salvataggio Fiat e alla Banca centrale europea, dal trattato di Maastricht a quello di Lisbona, dalla crisi del 2008 ai recenti governi. È uno degli artefici della svolta digitale del Corriere della Sera. È direttore del Master in giornalismo presso lo IULM e docente di "Giornalismo sull'era digitale". È membro di vari comitati scientifici

e ha ricevuto l'onorificenza di Ufficiale dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana per la promozione della cultura.

Daniele Manca affronta il rapporto tra l'AI e le future declinazioni della professione del giornalista. Parallelamente, Manca si interroga sulla problematica legata alla responsabilità di ogni direttore di testata all'interno delle redazioni che fanno uso di ChatGPT per quanto concerne la sorveglianza sulla veridicità e sulla qualità dei contenuti pubblicati.



Fausto Colombo, Professore ordinario di Teoria e tecniche dei media presso la Facoltà di scienze politiche e sociali all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Pro-Rettore delegato alle attività di comunicazione e promozione dell'immagine dell'Ateneo

Fausto Colombo è professore ordinario presso la Facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, dove insegna "Teoria della comunicazione e dei media" e "Media e politica". Presso la stessa università dirige il Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo e il master in Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva e Pro-Rettore delegato alle

attività di comunicazione e promozione dell'immagine dell'Ateneo. Nel 2015 è stato titolare della Cattedra Unesco in "Communication Internationale" presso l'Université Stendhal di Grenoble. Tra le sue ultime pubblicazioni: "Imago Pietatis. Indagine su fotografia e compassione" (2018); "Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile" (2020); "Verità e Democrazia. Sulle orme di Michel Foucault" (2022).

In una tavola rotonda sull'impatto dell'Intelligenza Artificiale nell'editoria, Fausto Colombo analizza l'utilizzo dell'AI nella comunicazione e le sue conseguenze sulla sfera politica. Colombo si interroga sul futuro sviluppo delle tecniche comunicative, su una necessaria formazione per le figure professionali del settore e sulle nuove competenze richieste ai giornalisti.



Barbara Bontempi, Chief Digital Officer di Piemme e Vicepresidente del Consiglio Direttivo di IAB Italia

Pioniere del marketing digitale e docente di Advertising Models alla NABA di Milano. Ormai lavora da più di vent'anni ma non se ne vergogna. Nasce copywriter, passa il grosso del suo percorso nei grandi gruppi di comunicazione internazionale sullo strategic planning, approfondisce il mercato editoriale ricoprendo diversi ruoli come C-level lato publishing e concessionaria. Si è sempre occupata di trasformazione nell'ambito della comunicazione e di soluzioni pubblicitarie non convenzionali sia in agenzia, sia come advisor aziendale.

Barbara Bontempi analizza quali sono le tipologie di campagne pubblicitarie in cui meglio si possono integrare modelli di Intelligenza Artificiale generativa. Bontempi individua le future opportunità e le nuove frontiere della competizione per le aziende pubblicitarie, una volta integrati i nuovi sistemi di AI.



Michela Colamussi, Director of Transition to Digital and Innovation del Gruppo Monrif

Michela Colamussi attualmente ricopre il ruolo di Direttore della Transizione Digitale presso Editoriale Nazionale del Gruppo Monrif a Milano, Italia. Precedentemente, è stata Head of digital del Corriere della Sera presso il Gruppo RCS, Marketing Manager IPTV presso Fastweb e prima ancora Responsabile Marketing e Comunicazione presso Rai Click, la prima IPTV di Rai.

Inserendosi nel dibattito circa l'impatto dell'AI sull'editoria, Michela Colamussi si sofferma sulla percezione, da parte dei lettori, dell'integrazione di modelli di Intelligenza Artificiale nel settore dell'informazione, prestando particolare attenzione a quali conseguenze tali nuove modalità potrebbero avere sulla distribuzione cartacea o sulla vendita di abbonamenti digitali. In un mondo in cui le notizie circolano troppo velocemente, e spesso non verificate, Colamussi porta la questione a un bivio: si corre il rischio di fornire informazioni ancora più lacunose, o viceversa, l'utilizzo dell'AI potrebbe risolvere questo problema?



Alberto Sanna, Direttore Centro di Ricerca Tecnologie Avanzate per la Salute ed il Ben-Essere, IRCCS Ospedale San Raffaele

Alberto Sanna è Direttore Centro di Ricerca Tecnologie Avanzate per la Salute ed il Ben-Essere, IRCCS Ospedale San Raffaele. Laureato in Ingegneria Nucleare al Politecnico di Milano, Alberto Sanna è il Direttore del Centro di Ricerca sulle Tecnologie Avanzate per la Salute ed il Ben-Essere dell'Ospedale San Raffaele di Milano e gestisce progetti internazionali nei tre programmi di ricerca integrati: Smarter and Safer Hospital (tecnologie informatiche, automazione e robotica per i processi ospedalieri), Smarter and Healthier Life (disegno di sistemi e servizi che favoriscono stili di vita individuali più salutari nella vita quotidiana) e Smarter and Healthier City (tecnologie informatiche, automazione e robotica per ecosistemi urbani che favoriscono stili di vita collettivi più salutari ed ecosostenibili). Insegna Health Informatics all'Università Vita-Salute di Milano, è Presidente dell'Innovation Hub di Osservatorio Nazionale per la Tutela del Mare.

Alberto Sanna spiega come sta cambiando il mondo della salute e del benessere con lo sviluppo e l'introduzione delle tecnologie abilitanti del Web 3.0 anche in ambito sanitario, verificando se la salute possa essere pioniera nell'innovare e nell'esportare modelli in altri contesti.



Niccolò Magnani, Partner Triplesense Reply

Niccolò Magnani lavora in Reply da dodici anni e negli ultimi sette si è occupato di innovazione digitale in Triplesense Reply, digital agency con un forte focus su strumenti di AI per sviluppare contenuti creativi.

Niccolò Magnani concentra l'attenzione sulle nuove frontiere della creatività nell'advertising online, spiegando come è nata l'idea di utilizzare l'AI nella progettazione di nuovi contenuti creativi.



Alessio Agricola, Media & Communication Manager di Alpitour Group

Anno 1979, lucchese di origine, trasferito da dieci anni sul litorale pesarese per seguire la mia passione per il mondo travel, iniziata nel 2003. Appassionato ovviamente di viaggi, ma anche di buon cibo e tecnologia. Ho ricoperto diversi ruoli in ambito comunicazione, marketing, digital marketing ed e-commerce.

Attraverso la propria esperienza in Alpitour come Media & Communication Manager, Alessio Agricola racconta le potenzialità dell'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale per il settore del turismo. Un intervento che vuole approfondire le

sfide e le opportunità offerte dai recenti sviluppi digitali anche per Alpitour, in particolare a seguito dell'acquisizione di Eden Viaggi da parte del Gruppo.



Roberto Silva Coronel, CEO & Founder di MMM Group

Fondatore di MMM Group, network di comunicazione attivo nel mondo della digital innovation per accompagnare le imprese nel percorso di trasformazione digitale. Nel 1994 decide di creare quella che oggi è diventata MMM Group, società indipendente che negli anni si è sviluppata seguendo l'evoluzione tecnologica del mercato, realizzando progetti per prestigiosi Brand dell'industria italiana e internazionale.



Valentina Usellini, Senior business development manager di MMM Group

Senior Manager con oltre vent'anni di esperienza nella comunicazione e nello sviluppo del business per aziende medio/grandi ed agenzie. Da più di dieci anni lavoro per MMM Group, ricoprendo ruoli diversi su progetti nuovi seguendo la fase di avviamento e sviluppo delle nuove startup. In questo senso, negli ultimi anni i nostri sforzi hanno generato LiveForum, piattaforma specializzata nella gestione degli eventi online e ibridi e MTicket, soluzione di Ticketing in Cloud.

A 30 anni dal primo progetto digitale, MMM Group racconta come le grandi rivoluzioni tecnologiche abbiano accompagnato e influenzato il suo percorso. Attraverso il caso Ticket.it Roberto Silva Coronel e Valentina Usellini analizzano il contesto e le applicazioni concrete dell'AI Generativa e la ricaduta sui costi aziendali.



Riccardo Saracchi, Co-founder e Chief Business Officer di BitForFun

Entrepreneur. Digital Veteran. Serial Founder. Con venticinque anni di esperienza nel mercato ICT, Riccardo Saracchi è un professionista affermato nel panorama tecnologico italiano. In qualità di co-fondatore e CBO di BitForFun, Saracchi è anche responsabile del Delivery Management dei progetti tecnologici di BitForFun Italia.

Riccardo Saracchi analizza l'umanizzazione del rapporto uomo-macchina attraverso il progetto Verdict, spiegando quale tecnologia è stata utilizzata per realizzarlo. Saracchi conclude il suo intervento approfondendo le future applicazioni delle tecnologie generative in ambito medico.



Riccardo Traina Chiarini, Counsel dello Studio legale Trevisan & Cuonzo

Riccardo Traina Chiarini è Counsel dello Studio Trevisan & Cuonzo. Ha maturato una significativa esperienza in prestigiosi studi italiani in materia di proprietà intellettuale, occupandosi in particolare di antipirateria, lotta alla contraffazione e tutela del diritto d'autore per associazioni sportive di livello primario, media company ed editori, oltre che di contraffazione di marchi, brevetti, modelli di design e concorrenza sleale per importanti aziende, tra l'altro, del lusso e farmaceutiche. La sua attività si concentra su questioni IP,

contenzioso e non contenzioso, con un particolare focus sul diritto delle nuove tecnologie e dei media.

Il mondo del Web 3.0 pone nuove sfide sulle tematiche della proprietà intellettuale e in generale dal punto di vista legale e normativo: Riccardo Traina Chiarini, avvocato dello studio Trevisan & Cuonzo, che per primo in Italia ha affrontato in sede giudiziale tali problematiche, offre una panoramica sullo stato dell'arte e sui trend evolutivi.



Tommaso Jacopo Ulissi, Group Head of Strategy, Transformation and Capital Allocation di Nexi

Tommaso Jacopo Ulissi è SVP in Nexi e ricopre il ruolo di responsabile della strategia, della trasformazione e dell'allocazione del capitale per il Gruppo. Prima di entrare in Nexi nel 2022, Tommaso ha trascorso quasi un decennio in McKinsey&Co. fornendo consulenza a grandi organizzazioni di servizi finanziari sulle loro strategie di growth-hacking e innovation-building. È stato inoltre responsabile della strategia e dello sviluppo aziendale del Gruppo SIA.

Si è laureato all'Università Luiss di Roma e ha conseguito un MBA presso la Columbia Business School.

Tommaso Jacopo Ulissi propone uno sguardo sui trend che stanno trasformando l'industria dei pagamenti in Europa a seguito di un'evoluzione delle abitudini dei consumatori e dello scenario delle soluzioni di pagamento. Attraverso un'analisi del ruolo delle monete digitali delle banche centrali, Ulissi si sofferma sullo studio del mercato europeo e su come è cambiata l'esperienza di pagamento per gli esercenti. Dai pos tradizionali al metaverso, Ulissi si interroga sullo sviluppo del Web 3.0, sul ruolo delle big tech, sulla possibilità e sullo sviluppo di nuovi modelli di business.



Sara Noggler, Web3 Advisor, CEO di Polyhedra e Membro del Metaverse Fashion Council

Consulente per aziende e organizzazioni che vogliono capire il mondo Web 3.0 e le opportunità che offre la tecnologia blockchain, gli NFT e il metaverso per migliorare il business esistente e creare nuovi modelli. Advisory Board del Metaverse Fashion Council e del Comitato blockchain Assolombarda.

Sara Noggler, esperta di Blockchain e membro del Metaverse Fashion Council, approfondisce il tema dell'evoluzione e degli impatti del passaporto digitale dei

prodotti, di quali sono i mercati più interessati, fino all'abilitazione dell'economia circolare e produzione sostenibile, in linea con le direttive europee di decarbonizzazione entro il 2050.



Francesco Paolo Conticello, Head of Communication & External Relations di Casta Diva Group

Dopo una laurea in Giurisprudenza e una ventennale esperienza nell'ambito della comunicazione aziendale in società quali WWF International, Methodos S.p.A, Gruppo Aletea – Hdrà e Next Group, Francesco Paolo Conticello è entrato in Casta Diva Group a settembre 2017 per ricoprire il ruolo di Head of Communication & External Relations con la responsabilità della comunicazione corporate, di brand, di prodotto, dell'ambiente digitale della Holding e di tutte le

controllate. Dal 2020 è inoltre Amministratore Delegato di Casta Diva Ideas, la branch specializzata nell'ideazione e produzione di grandi eventi e art show di portata internazionale.

[Inserendosi nel dibattito che vede l'Intelligenza Artificiale al servizio della comunicazione creativa, Francesco Paolo Conticello racconta cosa ha spinto Casta Diva Group ad adottare una soluzione basata sull'AI per la realizzazione di una campagna pubblicitaria online. Conticello si sofferma, inoltre, sul tema delle nuove figure professionali di cui il mercato pubblicitario avrà bisogno nei prossimi anni.](#)



Lorenzo Cappannari, CEO di AnotheReality

Nerd dall'età di otto anni, studi classici, dopo una laurea con lode in amministrazione aziendale inizia una carriera internazionale con una lunga esperienza in Luxottica. Dopo aver provato i Google Glasses capisce che il futuro degli occhiali è nella tecnologia, e nel 2015 fonda AnotheReality, società specializzata nella consulenza e sviluppo di tecnologie del Metaverso, di cui è CEO. È inoltre TEDx speaker, autore del libro "Futuri Possibili" edito da Giunti, Professore presso l'Istituto Marangoni e collaboratore stabile SDA Bocconi.

[All'interno di una tavola rotonda che si interroga sul metaverso e sulle sue implicazioni per il mondo del lavoro, Lorenzo Cappannari esamina che cosa significa per le aziende e i brand entrare nel metaverso, focalizzando l'attenzione su strategie, obiettivi o possibili risultati. In aggiunta, Cappannari analizza il rapporto tra retail fisico e metaverso, individuando gli sviluppi potenziali e futuri per i brand e le aziende.](#)



Andrea Gaggioli, Professore ordinario di Psicologia Generale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Andrea Gaggioli è professore di psicologia generale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, dove è Direttore del Centro Studi e Ricerche di Psicologia della Comunicazione (PSICOM) e dell'International Master in User Experience Psychology. I suoi interessi di ricerca vertono sulla psicologia dell'esperienza digitale, con particolare riferimento alla Realtà Virtuale.

[Andrea Gaggioli individua quali sono le sfide e i vantaggi dell'offerta formativa implementata nel metaverso rispetto ai metodi tradizionali. A tal proposito approfondisce il tema della formazione per rispondere alle esigenze del mercato imposte dall'avvento del Web 3.0 e del ruolo che hanno queste tecnologie nel migliorare l'apprendimento.](#)



Alessandro De Grandi, CEO & Founder di The Nemesis

Alessandro ha fondato la sua prima startup all'età di 18 anni, "Esaplanet, il cash & carry dei servizi IT". Nel 2010, con l'uscita da Esaplanet, Alessandro ha finanziato altri progetti di startup. La sua passione per la tecnologia ed il suo background da sviluppatore, nel 2018, lo ha portato a diventare uno dei cinque TIM Digital Ambassadors in Italia e a stringere collaborazioni di alto livello con aziende come Microsoft, Axa, Generali, Sky e Carrefour. Nel 2015 si rese conto che poteva rivoluzionare l'uso del web integrandolo con sistemi di realtà virtuale

e aumentata, questa visione diede vita al progetto The Nemesis.

Allontanandosi dal mercato dei videogames precedentemente dibattuto, Alessandro De Grandi indaga le strategie di successo dei metaversi non basati su piattaforme di gioco. Partendo dal presupposto per cui l'immersività costituisce uno dei capisaldi differenzianti del metaverso rispetto alle community tradizionali e alla luce degli ultimi lanci di Apple e Meta, De Grandi delinea quanto sarà realmente decisivo l'accesso in realtà virtuale.



Gianluca Perrelli, CEO di Buzzoole

Inserito da Forbes nella classifica dei top 100 manager italiani del 2021, Gianluca Perrelli è un imprenditore con oltre vent'anni di esperienza passati tra lancio e sviluppo di note iniziative imprenditoriali digitali come Kiver -primo Influencer network in Italia- poi ceduto a Mondadori. Oggi è CEO di Buzzoole, azienda di servizi e tecnologia specializzata in Influencer Marketing. Ha maturato una profonda conoscenza dei modelli manageriali in contesti innovativi, è mentore dell'incubatore I3P di Torino, autore del libro "Homo

Influencer" e docente del master "Influencer & Celebrities" alla Luiss Business School.

Perrelli affronta il tema degli influencer digitali e del rapporto dei consumatori con gli agenti sintetici. Partendo dal presupposto per cui le persone tendono a riunirsi nei luoghi dove trovano una maggiore quantità di contenuti, Perrelli si chiede quale sarà, nel prossimo futuro, il ruolo degli influencer nel popolare i metaversi.



Federico Rampolla, Advisor strategico, board member e autore

Federico Rampolla è considerato uno dei pionieri e dei massimi esperti di internet in Italia. Dopo Matrix e Virgilio che ha seguito dal 1996 Federico ha rivestito importanti ruoli direzionali nel mercato digitale italiano ed europeo lavorando per Fullsix, WPP, Accenture, Mondadori e Mediaset sempre con incarichi relativi al mondo digitale e dell'innovazione, è stato inoltre presidente dell'Interactive Advertising Bureau (IAB). Da qualche anno svolge attività di advisor strategico, consigliere di amministrazione e dedica parte del suo tempo

alla mentorship di start-up, tra cui alcune relative al metaverso. È autore del libro "Dentro il metaverso" pubblicato da Aliberti editore lo scorso anno.

Federico Rampolla, uno dei pionieri e dei massimi esperti di Internet in Italia e già presidente di IAB (Interactive Advertising Bureau), coordina la round table finale con l'obiettivo di aprire un dibattito sul futuro e sugli effetti dell'immersività e del metaverso.