

touch
menutouch
point!
CREATIVITY & BUSINESS

EVENTI



AGORÀ

AZIENDE

CREATIVITÀ

DIGITAL

MEDIA

WORLD

AI DIGITAL INNOVATION DAYS 2023 TRE GIORNI DI HUMAN CONN@CTIONS PER GUARDARE AL FUTURO

31/10/2023



Un'ondata di energia ha pervaso la quinta edizione dei Digital Innovation Days grazie alle migliaia di persone che anche quest'anno hanno scelto di essere presenti all'evento

annuale dedicato all'innovazione e al digitale, tenutosi il 25, 26 e 27 ottobre al Talent Garden di Via Calabiana 6 a Milano e che si è concluso con un bilancio estremamente positivo. Oltre 2.500 partecipanti hanno avuto accesso a un'offerta composta da più di 50 ore di contenuti tra speech, talk e workshop, più di 35 ore di live streaming, 170 speaker e 20 moderatori che si sono alternati sul main stage e nelle sale panel.

«Siamo estremamente felici e soddisfatti di poter affermare che il bilancio della quinta edizione di Digital Innovation Days è più che mai positivo – dichiarano **Giulio e Nicola Nicoletti** organizzatori dell'evento -. Oltre alla grande partecipazione di cui siamo particolarmente fieri siamo orgogliosi di avere costruito un format ed una rete di connessioni che ogni anno si arricchiscono, crescono e si fortificano spingendoci a fare sempre meglio».

Quest'anno gli speech, i workshop e i panel di Didays si sono distinti per la ricchezza e la cura dei contenuti ma il vero valore



aggiunto sono state le **HUMAN CONN@CTIONS**.

«Una quinta edizione che ha lasciato il segno e ci ha arricchito da tanti punti di vista – commenta **Stefano Saladino** Head of Content Strategy dell'evento – al di là delle vanity metrics legate ai numeri, la consistenza e il valore aggiunto di Didays sta nella partecipazione attiva e nella bella interazione tra i partecipanti e tra questi ultimi e gli speaker. Un lavoro di squadra quello di Didays possibile grazie ad un team esteso fatto di tante di persone con competenze differenti ognuna con il proprio vissuto. Queste sinergie sono l'essenza dell'evento e dei contenuti che abbiamo voluto veicolare. Parlando del futuro prossimo e del digitale, la mia speranza è che ci sia sempre più coscienza e volontà di conoscenza delle persone per fare in modo che la tecnologia ci aumenti senza farci sopraffare. E infine, Didays non si apre e si chiude in questa tre giorni.

L'appuntamento più vicino è tra un mese con il podcast 'Gli Innovatori' prodotto insieme a **podcastory** che indagherà i temi dell'innovazione e dintorni ed auspico che sul percorso da qui al prossimo Digital Innovation Days avremo modo di rivederci in altre tappe lungo il cammino e che l'evento possa essere un momento di sintesi e di rilancio di un anno di lavoro intenso».

Day 1 – Mercoledì 25 ottobre – GIORNATA INSPIRATIONAL

Emozioni ed ispirazione per la prima giornata che ha visto il main stage accendersi con gli speech di esperti, imprenditori e leader di settore tra i quali:

Oscar Farinetti ha fornito le sue “10 Mosse per affrontare il futuro”: «Il presente è intuizione – commenta l'imprenditore – Dobbiamo fermarci a interpretare lo scenario per capire se c'è un varco nel quale infilare le nostre speranze. Il segreto? Imparare a gestire le imperfezioni che sono parte di noi ed essere meno sciovinisti nei confronti del resto del mondo».

Con **Erik J. Larson** imprenditore, scrittore e computer scientist americano, si è aperta la riflessione sulla percezione dell'uomo nei confronti dell'intelligenza artificiale: «Sono nel settore da 20 anni, e quello che stiamo facendo oggi è semplicemente creare strumenti – spiega lo scrittore texano – Oggi parliamo di intelligenza artificiale, mascherando una serie di sentimenti umani ma dobbiamo concentrarci sulla possibilità di utilizzare un



nuovo potente strumento che non ha una sua mente e non prende decisioni autonome, ma fa quello che è progettato per fare. È su questo errore di percezione che dobbiamo lavorare per acquisire consapevolezza e gestirlo al meglio».

Susanna Martucci CEO di Alisea ha coinvolto i partecipanti raccontando la sua visione di azienda come “essere vivente” da curare ed alimentare in un’ottica di “economia simbiotica” che superi il concetto di economia circolare e concentri l’attenzione non solo sui materiali ed il loro recupero ma anche e soprattutto sulle persone e sui territori: «Alle aziende conviene essere sostenibili anche economicamente – spiega l’imprenditrice – Oggi che le imprese sono pronte, intercettare chi sa di cosa sta parlando e riuscire a dare loro una visione non ordinaria sui materiali e i processi e condividerla per farla reinterpretare mi permette di crescere e far partire altre realtà virtuose oltre ad accelerare processi altrettanto virtuosi come il recupero della grafite dalle discariche; ma i materiali da utilizzare sono tanti e preziosi basta andare a cercarli! Crescere grazie agli altri e far crescere gli altri a mia volta restituisce molto oltre che a livello economico anche a livello di pensiero».

Parallelamente agli speech ispirazionali, a partire dalla tarda mattinata, hanno arricchito la giornata cinque focus tematici di approfondimento su: DEI (Diversity Equity Inclusion), Metaverse Gamification, Crowdfunding per Startup e PMI, Milano Digttech Hub e Communication & GenZ. durante i quali si sono aperti tavoli di lavoro, riflessioni e scenari inediti sul mondo che viviamo e che vivremo.

Day 2 – Giovedì 26 ottobre

Nella seconda giornata ad alternarsi sul main stage sono stati due grandi temi: i social media e l’e-commerce.

Moderato da **Luca La Mesa**, Founder & Social Media Strategist di Social & Impact, il focus sui social ha portato on stage panel ed interventi di approfondimento sul tema, tra i quali il case study “Labello-Mania: Quando tutto cambia grazie a TikTok” con **Jessica Gazzoli** Brand Partnership Director di COSMIC e **Ilaria Balena** Marketing Manager Southern Europe di Beiersdorf, l’intervista a **Marco Cartasegna** Founder di Torcha il fenomeno editoriale per la GenZ ed il panel guidato da **Lucia Ingrosso** di



Millionaire Media con **Fabio Minoli** Head of Communications, Public Affairs and Sustainability di Bayer, **Francesca Cutrone** Direttrice Responsabile CNC Media e **Alessandro Tommasi** Fondatore di NOS che sul ruolo dell'informazione oggi ha detto: «Il compito dell'informazione oggi è quello di coinvolgere più persone possibili. Noi cerchiamo di farlo rallentando, spacchettando la complessità e rendendola disponibile ad un pubblico ampio. Questo ci renderà tutti un po' più consapevoli e un po' meno a rischio. La comunicazione non va banalizzata: dobbiamo costruire competenze solide ed educare alla comunicazione e al digitale per limitare le fragilità che è alla base della diffusione della disinformazione. Le polarizzazioni hanno stufato. Siamo chiamati ad offrire un servizio e rendere la comunicazione, anche quella politica, più umana e dialogante».

Il pomeriggio del Day 2, moderato da **Marianna Chillau** CEO & Founder di Marlene Live & Transactional, è stato dedicato agli approfondimenti sull'e-commerce, tra cui la riflessione data da una domanda: "Se i tuoi clienti potessero parlare?". L'intervento di **Laura De Lorenzis** Senior Partnership Manager, Italy & GEM di Trustpilot ha svelato come ascoltare e diventare la voce dei propri clienti sia la chiave per costruire la propria reputazione.

A seguire l'approfondimento di **Robin Devon Calandri** Chief Marketing Officer di Pandarocket AI su "Come l'AI trasforma l'e-commerce": «E-commerce e AI, un binomio che spacca – spiega Robin Devon Calandri – l'intelligenza artificiale è vista un po' come una magia oggi: che restituisce feedback 'alla velocità dei tuoi pensieri' come nel nostro slogan. In questa fase di caos in cui l'uomo si sente molto piccolo, tra timore ed entusiasmo, il segreto è non spegnere il cervello ed instaurare un dialogo con l'Intelligenza Artificiale che deve consentirci di sviluppare un pensiero. Chi vincerà nel lungo periodo? Chi imparerà a cambiare il proprio approccio».

Parallelamente all'apertura lavori del main stage, nella Greenhouse si è acceso il dibattito con gli interventi in ambito Emerging Tech e gli speech legati al mondo del lavoro e della formazione moderata da **Francesco G. Lamacchia** CEO di Dot Academy che ha visto al lavoro tanti professionisti del settore tra cui **Silvia Zanella** autrice e manager, LinkedIn Top Voice Lavoro con il suo Speech "Al lavoro servono voci nuove". **Zanella** interverrà inoltre con Laura Huang Associate Professor di



Harvard Business School nel panel successivo dal titolo: “Le parole che contano sul lavoro”. A seguire il panel dedicato a Talent acquisition & Retention con **Emma Lo Conte** Editor in chief di University Network e **Debora Gatti** Responsabile People Attraction&Recruitment Italy di UniCredit.

Day 3 – Venerdì 27 ottobre

Nella terza e ultima giornata di lavori, a salire sul main stage sono stati alcuni tra i migliori player legati al web & content marketing e all'influencer marketing.

Moderato da **Gaetano Romeo** Brand Ambassador Whitepress Europe di WhitePress, il focus sul web e content marketing ha indagato le nuove opportunità e le nuove frontiere del marketing digitale.

Tanti i volti noti del web presenti al Didays alla la sezione dedicata all'influencer marketing moderata da **Matteo Pogliani**, FounderOnim per un pomeriggio ricco di appuntamenti inediti e interessanti.

Tra i nomi di spicco anche **Samuele Bartoletti** Content Creator di Wonty Media e **Riccardo Pirrone** Irresponsabile Comunicazione di kirweb & kiracademy & WONTY MEDIA: «Mi diverto tantissimo su twitter perchè la gente è più cattiva – spiega e ironizza Pirrone che continua – Chi si occupa di real time marketing deve sapere che tutto parte da lì. Ancora oggi nel 2023 molto spesso mi accorgo dell'argomento che diventerà di dominio pubblico anche sugli altri canali proprio dai 160 caratteri di twitter».

Ed ancora, **Ilaria Barbotti** Founder Nomad Atelier – Hoepli Author – Influencer expert di IBPR atelier, **Abbia Maswi** Makeup Artist & Content Creator di Abbia Maswi, **Giulio Pasqui** CEO and CCO di **Webboh** il portale di informazione preferito dalla GenZ e **Lorenzo Ferrari** CEO di smarTalks

Case study ed esempi virtuosi di sostenibilità sono stati presentati sul palco della Greenhouse, con la moderazione di **Francesca Petrella** Communication Manager e D&I Ambassador di IPSOS.

A chiudere i lavori, i panel dedicati al retail, new entry dei verticali tematici, curato da **Antonio Ragusa** che hanno offerto ai

professionisti del settore uno spaccato sul futuro di questo mondo in particolare sui nuovi #trend in di settore. Durante la sessione sono state approfondite l'importanza e l'evoluzione del comportamento d'acquisto dei consumatori, i nuovi modelli di business emergenti, il ruolo dell'innovazione per le Corporate.

I WORKSHOP

Ad arricchire ulteriormente l'offerta formativa di Digital Innovation Days 2023 il ricco programma di workshop realizzati da alcuni dei maggiori esperti del settore: momenti focali di connessione e di arricchimento sui temi caldi del momento:, dall'AI, all'e-commerce, passando per la comunicazione creativa che hanno ottenuto grande successo e apprezzamento da parte degli astanti.

Digital Innovation Days 2023 è stato patrocinato dal Comune di Milano e sostenuto da Alibaba.com (Main sponsor), Trustpilot e Ipsos (Premium Sponsor), RDS (Main Media Partner), e numerosi sponsor, media partner.

Per ulteriori informazioni visita il sito ufficiale di Digital Innovation Days all'indirizzo:

<https://digitalinnovationdays.com/>

Digital Innovation Days

eventi

Giulio Nicoletti

Nicola Nicoletti

Stefano Saladino

Talent Garden



**Piccolo spazio,
pubblicità...**

**SCOPRI
L'ABBONAMENTO**

#ioestoinformato

CONTATTA
abbonamenti@oltremediagroup.it