



## Eventi 38mila partecipanti alla quarta edizione del Milano Marketing Festival: successo per Class Agorà

Durante le tre giornate di lavori, da mercoledì 1 luglio a venerdì 3 luglio, 47 aziende partner hanno potuto comunicare sia a livello corporate sia sui prodotti/servizi in un contesto autorevole, essendo coinvolte in modo attivo nei panel

**H**a riscosso un grande successo di partecipanti la quarta edizione del Milano Marketing Festival, seguita da 38.000 professionisti, studenti e cultori del settore, durante le tre giornate di lavori, da mercoledì 1 luglio a venerdì 3 luglio. I partecipanti hanno molto apprezzato la formula esclusiva dell'evento, che ha combinato la trasmissione in diretta su ClassCnbc (fruibile sul canale 507 di Sky e in streaming su milanofinanza.it, e sull'app Le TV di Class Editori) con le opzioni della piattaforma digitale Zoom con tutti in diretta e poi tutti in replica collegandosi a Class Agorà, la piattaforma digitale degli eventi di Class Editori.

### I partner

Le 47 aziende partner del Milano Marketing Festival (tra cui Locman Official Time Keeper e Radio Italia, Radio Ufficiale dell'evento) hanno tratto beneficio dalla possibilità di comunicare e comunicare fra loro sia a livello corporate sia sui prodotti/servizi in un contesto autorevo-



le, essendo coinvolte in modo attivo nei panel della tre giorni. Inoltre, hanno potuto raccontarsi attraverso interviste monografiche nel format televisivo Marketing Media & Money, con una visibilità amplificata dalla pianificazione pubblicitaria multimediale sui mezzi di Class Editori (stampa, Tv, GOTV e Web) che ha sviluppato oltre 2 milioni di contatti netti.

### Reward 2020

Nel corso del Milano Marketing Festival sono anche stati assegnati i Reward 2020, il riconoscimento che Class Editori dà alle aziende che hanno dimostrato di saper comunicare al miglior livello con pubbli-

cità e marketing in modo efficiente e innovativo, mettendo a frutto la capacità di informazione legata all'utilizzo delle molteplici piattaforme disponibili per dialogare con il proprio pubblico di riferimento. I Reward, che sono giunti alla quarta edizione, non hanno confini e abbracciano ambiti diversi, dai prodotti ai servizi, dall'editoria alla tecnologia.

### Il commento

"Il Milano Marketing Festival si è distinto per la grande ricchezza del programma di incontri, 29 le conferenze e workshop, e dei relatori, 120 gli intervenuti, sui temi di principale interesse che riguardano l'evoluzio-

ne del settore - dice Angelo Sajevo, Consigliere delegato per il coordinamento commerciale e gestione quotidiani e magazine e presidente di Class Pubblicità - . Digitale è la parola d'ordine per ognuno degli ambiti in cui il marketing guida l'evoluzione, così come anche la capacità di osservare e determinare le strategie con distacco e anche con quel sottile filo di ironia che consente di vivere al meglio il presente preparando il future. E l'autunno sarà pieno di sorprese e di appuntamenti di grande interesse degli Eventi di Class Agorà in vista anche del possibile ritorno agli incontri fisici, che comprenderanno in ogni caso la componente digital che è sempre più apprezzata perché consente un coinvolgimento diretto che garantisce flessibilità di partecipazione". Fra i prossimi eventi, Milano Finanza Digital Week, a settembre, 1100#Uno di ClassCnbc in occasione dei 20 anni del primo canale economico - finanziario, parte dell'omonimo network globale, e Milano Fashion Global Summit, a ottobre.

