

Intelligenza artificiale e siti web: scenario in evoluzione

Come l'AI sta ridisegnando la visibilità dei brand online

Evento in collaborazione con:

Leo

Il modo in cui le persone cercano informazioni sta cambiando in modo irreversibile. L'AI non rimanda più agli utenti una lista di siti da visitare: risponde direttamente, cita alcuni brand e ne ignora altri: chi non viene citato, per quell'utente non esiste. In questo scenario, la visibilità non si conquista più solo su Google, si costruisce con una strategia pensata per il nuovo ecosistema della ricerca.

Data: 15.05.2026

Ora: 10:00

Durata: 60 minuti ca.

Come partecipare: da remoto al seguente [link](#)

Programma

- 1. Introduzione:** **Riccardo Fava**, Presidente Osservatorio Comunicazione d'Impresa
 - o Saluti e obiettivi dell'evento
- 2. Il contesto di mercato:** **Stelio Spadaro**, Managing Director Leo Digital Unit
 - o Come sta cambiando la ricerca online a livello globale e in Italia.
 - o I nuovi player, i nuovi comportamenti, i nuovi numeri.
- 3. Le conseguenze per la marca:** **Stelio Spadaro**, Managing Director Leo Digital Unit
 - o Cosa significa per un'azienda non essere citata dall'AI.
 - o Traffico, visibilità, decisioni di acquisto.
- 4. La GEO: cos'è e come funziona:** **Stelio Spadaro**, Managing Director Leo Digital Unit
 - o Dalla SEO alla Generative Engine Optimization.
 - o I pilastri, le attività, le metriche.
- 5. Sessione interattiva — Domande e risposte**
 - o Spazio dedicato per chiarimenti e approfondimenti

About Leo

Leo nasce nel 1935 a Chicago con un'idea semplice e ancora attuale: il lavoro creativo più efficace mette le persone al centro — i loro bisogni, i loro desideri. "What helps people, helps business."
Oggi Leo è il risultato della fusione tra Leo Burnett e Publicis Worldwide, due delle agenzie creative più note di Publicis Groupe. 15.000 professionisti, 90 Paesi, una visione condivisa.
In Italia, Leo eredita la storia e il posizionamento di Leo Burnett.

