Building Strategic Brand-Agency Partnerships

The future of brands gets decided here. Join the industry’s top marketers at Brandweek for the ideas, insights, and connections shaping what’s next. **Get your ticket.**

This post was created in partnership with Weber Shandwick

Key takeaways

- Strong partnerships depend on trust, transparency, and the ability to challenge each other.
- Shared ownership helps brands and agencies focus on outcomes instead of deliverables.
- AI is changing expectations, making open conversations about governance and use essential.

Brand-agency relationships are shifting from transactional engagements to strategic partnerships built on shared ownership, trust, and collaboration.

During an ADWEEK House Cannes Lions group chat co-hosted with Weber Shandwick, industry leaders dug into what strategic partnerships look like, why they break down, and how AI is becoming an invisible partner.



(L-R) Unilever’s Niek de Rooij, Luma AI’s Caroline Ingeborn, Weber Shandwick’s Karen Pugliese

Rowing in the same direction

Trust is at the heart of every strategic relationship. If both parties have skin in the game and a mutual understanding that they’re building something together, the work naturally flourishes.

“When there is trust and respect and openness, that’s when you get to the best ideas,” said Karen Pugliese, global president of Weber Shandwick.

To build that level of trust, agencies should think beyond the deliverables clients want to the problems they’re trying to solve.

“What are the challenges you’re facing—not just outside-in, with your customers, but internally?” asked Daniel Sills, VP of brand partnerships at NewtonX. “Getting that access demands clients give you permission, greater context, and also the psychological safety to push back.”

For Niek de Rooij, global masterbrand director for Knorr at

Unilever, there’s one easy way to tell if you’ve built that trust. “A hallmark of having a great partnership is when an agency starts referring to the brand as ‘we,’” he said. “We’re all in the same boat here, and we’re pushing you toward the same direction.”



(L-R) Doosan Bobcat’s Laura Ness Owens, NewtonX’s Daniel Sills

Building for a lifetime

With trust comes a sense of joint ownership in the work. A brand’s challenges are the agency’s, and the agency’s successes are the brand’s. The question is how to build that attitude into the organizational model.

One answer is transparency.

Carolina Cespedes Virguez, general manager of GoGo squeeZ U.S. at Bel Group, proactively involves her agency partners at Horizon in the day-to-day realities of GoGo squeeZ’s business. When Horizon invited her team to help pilot its new AI model, that reciprocal transparency took their relationship to the next level. “They never hid anything from us,” she recalled. “It tells us that we’re special to them.”



Weber Shandwick’s Karen Pugliese

Sarah Reinecke, SVP of salty portfolio and brand at Kellanova, approaches every project with a long-term view of the agency-client relationship. “We are working on one agenda, one opportunity with our brands,” she said. “We are building them not for a transaction but for a lifetime of transactions.”

There’s also the matter of fit. Caroline Ingeborn, chief operating officer at Luma AI, noted that her company is young and growing quickly, and it needs an agency that can match its energy. “When the time comes that we’re launching something, everything moves so quickly,” she explained. “We’re lucky to find partners that can work at that pace with us.”



(L-R) ADWEEK’s Rebecca Stewart, Bel Group’s Carolina Cespedes Virguez

When transparency and trust fall apart

The panelists had a candid chat about failure, discussing how relationships fall apart and what it takes to repair them. Sills suggested that partnerships begin to falter when agencies haven’t built the kind of relationship that allows them to challenge a client’s approach.

Laura Ness Owens, SVP and CMO of Doosan Bobcat, compared a fraying partnership to a strained marriage.

“When we stop listening to each other, that’s when we start directing each other,” Owens explained. “There is no mutual relationship. There is no two-way. That’s the point at which I’ve thought, ‘All right, we’ve got to step back, reacquaint ourselves, and rebuild that relationship.’”

Responding to Virguez’s anecdote about Horizon’s AI pilot, Ingeborn pointed to a burgeoning source of conflict: Agencies not being transparent about their use of AI. Their reticence comes from fear, she suggested, and while it’s understandable,

it’s also self-defeating. “Who wants to have a relationship with someone who’s not honest with you?” Ingeborn asked.



(L-R) Kellanova’s Sarah Reinecke, Doosan Bobcat’s Laura Ness Owens, NewtonX’s Daniel Sills, ADWEEK’s Rebecca Stewart

Onboarding the ‘invisible partner’

The conversation turned periodically to AI, which the panelists see less as a threat than as a new player to manage.

Virguez predicted AI will put global agencies and boutiques on a level playing field, with a new premium on agility. Ingeborn stressed that the best products will maximize human creativity rather than replace it. And from an operational perspective, Sills described AI as “this weird invisible partner” whose role is still up in the air. Because most contracts don’t address AI governance or disclosure, he said, brands and agencies still need to align on how it should be used.

“How do we avoid the threat of its reputational risk if something goes wrong?” Sills asked. “How is it going to scale what we’re doing while maintaining the same quality of creative? Just having a shared, open conversation about how AI

is going to be used will be a great step forward for building the next sort of strategic partnership.”

Featured Conversation Leaders

- Carolina Cespedes Virguez, General Manager, GoGo squeeZ U.S., Bel Group
- Caroline Ingeborn, Chief Operating Officer, Luma AI
- Laura Ness Owens, SVP and CMO, Doosan Bobcat
- Karen Pugliese, Global President, Weber Shandwick
- Sarah Reinecke, SVP, Salty Portfolio and Brand, Kellanova
- Niek de Rooij, Global Masterbrand Director, Knorr, Unilever
- Daniel Sills, VP, Brand Partnerships, NewtonX
- Rebecca Stewart, Brand Editor, ADWEEK

Recommended videos
https://www.adweek.com/agencies/building-strategic-brand-agency-partnerships/

Sparatoria in Germania, media: “Almeno 5 morti, arrestati alcuni sospetti”

(Adnkronos) –
Sono almeno 5 le persone rimaste uccise in una sparatoria avvenuta nel centro di Stade, nel Land tedesco della Bassa Sassonia. Secondo quanto riporta la Bild, citando un portavoce della polizia: “Sono stati esplosi colpi d’arma da fuoco e ci sono diversi morti”.

Secondo le prime informazioni, la zona interessata dalla sparatoria è nella zona di Dankersstraße a Stade, dove gli agenti avrebbero già arrestato uno o più sospetti.

Testimoni oculari hanno segnalato diversi morti parlando con i media. Al momento, i motivi della sparatoria sono del tutto sconosciuti.

–

internazionale/esteri

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/sparatoria-in-germania-media-almeno-5-morti-arrestati-alcuni-sospetti/577837/

Ue: aria condizionata essenziale per lavoro e riposo nelle ondate di calore

(Adnkronos) – L'uso dell'aria condizionata è "necessario" per raggiungere un "ambiente adeguato" al lavoro e al riposo, specie in occasione di ondate di calore come quella che ha

colpito gran parte dell'Europa Occidentale negli ultimi giorni. Lo sottolinea la portavoce capo della Commissione Europea Paula Pinho, a Bruxelles durante il briefing con la stampa.

"Abbiamo assistito all'ondata di caldo della scorsa settimana – dice – praticamente senza precedenti. In Europa ha causato vittime, tragedie, perdite, e probabilmente perdite premature di vite umane. Questo ci ricorda l'importanza della nostra politica climatica, della transizione energetica e di tutte le politiche che abbiamo proposto, in particolare, ad esempio, per quanto riguarda la transizione dai combustibili fossili".

Per quanto riguarda l'aria condizionata, continua, "sappiamo che in molti casi è necessaria per raggiungere una qualità ambientale adeguata per poter lavorare, per potersi riposare. Abbiamo visto quanto questi sistemi siano stati colpiti, ed è per questo che ci siamo preparati".

La portavoce per il Clima e l'Energia Anna-Kaisa Itkonen spiega che l'Ue non ha una posizione "pro o contro" l'aria condizionata, né ritiene di dover prescrivere ai cittadini quali scelte fare in materia di climatizzazione. "Dove abbiamo politiche in atto e dove stiamo intervenendo – spiega – è il patrimonio edilizio degli Stati membri dell'Unione europea. La maggior parte degli edifici residenziali e degli appartamenti nell'Unione Europea non dispone di aria condizionata. Non è una caratteristica tradizionale degli edifici, soprattutto considerando che gran parte del nostro patrimonio immobiliare è piuttosto vecchio".

Quindi, prosegue Itkonen, "la nostra politica in materia di riscaldamento e raffreddamento prende in considerazione anche questo aspetto, soprattutto quando sono in corso importanti ristrutturazioni negli Stati membri. È un aspetto che viene esaminato nell'ambito della politica abitativa che abbiamo in atto e che stiamo attualmente sviluppando. La Commissione e l'Unione Europea hanno adottato misure in materia di

riscaldamento e raffreddamento, perché ovviamente non si tratta solo di raffreddare gli appartamenti".

Molti Stati membri dell'Unione Europea, ricorda la portavoce, si trovano anche a dover affrontare un "lungo periodo di riscaldamento, durante il quale gli appartamenti devono essere riscaldati. Abbiamo delle politiche in atto, ma non abbiamo una posizione precisa sull'aria condizionata, né a favore né contro, in realtà. Tuttavia, affrontiamo questo tema come un'area politica che riguarda la ristrutturazione, l'efficienza energetica degli edifici e degli appartamenti residenziali, nonché come parte della nostra strategia abitativa".

Incalzata sulla necessità che la Commissione prenda una posizione in materia, la portavoce osserva che "questo è un aspetto che dobbiamo esaminare nell'ambito delle nostre competenze: quanto la Commissione intende imporre ai cittadini cosa devono o non devono fare? Il punto di partenza delle nostre politiche è, ovviamente, dove vogliamo arrivare, come possiamo arrivarci nel modo più efficiente ed efficace possibile, in linea con le nostre politiche a lungo termine sulla transizione verso un futuro più pulito, i nostri obiettivi climatici, eccetera".

Tuttavia, ricorda, "molte di queste decisioni spettano agli Stati membri. Stiamo vivendo la crisi climatica proprio ora: l'inferno della scorsa settimana è stato probabilmente solo il via per il resto dell'estate, quindi non è da escludere" che la climatizzazione "diventi anche un argomento di discussione a livello politico e quindi, ovviamente, prenderemo provvedimenti, come indicato dai nostri Stati membri, ma in definitiva per quanto riguarda i condizionatori d'aria nelle abitazioni private, si tratta di questioni in cui la Commissione non si intromette nel modo in cui le persone dovrebbero comportarsi".

La Commissione, continua, ha "una strategia per le pompe di

calore, ad esempio, quindi abbiamo politiche in atto che stabiliscono misure, linee guida e raccomandazioni per gli Stati membri. Ma in definitiva queste decisioni, se qualcosa debba essere fatto o meno, sono ovviamente una questione di competenza degli Stati membri. Noi ci occupiamo di garantire che gli apparecchi siano il più efficienti possibile: abbiamo una legislazione, una legislazione sulla progettazione ecocompatibile, che promuove l'efficienza energetica. Ad esempio, nei ventilatori industriali e anche i condizionatori d'aria: è qui che possiamo intervenire indicando, attraverso la legislazione, come questi prodotti possono essere più efficienti dal punto di vista energetico", conclude.

–

internazionale/esteri

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/ue-aria-condizionata-essenziale-per-lavoro-e-riposo-nelle-ondate-di-calore/577839/

Inseguita da un orso grizzly,

escursionista mantiene il sangue freddo e si salva

(Adnkronos) – L’incontro ravvicinato ad alta tensione tra un’escursionista con il suo cane ed un orso grizzly è avvenuto in Canada in un’area boschiva. Nel video diffuso dalla donna sui social, si vede un orso avvicinarsi più volte e sollevarsi sulle zampe posteriori. L’escursionista ha mantenuto la calma e, urlando nei confronti dell’animale selvatico, è riuscita a farlo allontanare e a mettersi in salvo senza conseguenze.

–

internazionale/esteri

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui

Add as a preferred source on Google

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/inseguita-da-un-orso-grizzly-escursionista-mantiene-il-sangue-freddo-e-si-salva/577841/

Ue-Cina: Sefcovic e Wang a

confronto sul commercio a Bruxelles

(Adnkronos) – Il commissario europeo al Commercio Maros Sefcovic riceve oggi a Bruxelles il ministro al Commercio della Repubblica Popolare Cinese Wang Wentao per colloqui su “un’ampia gamma di argomenti” di interesse comune. Lo dice il portavoce al Commercio della Commissione Olof Gill, durante il briefing con la stampa a Bruxelles. Per la Commissione, “il dialogo è la massima priorità” nei rapporti con Pechino, aggiunge, sottolineando che i contatti devono “produrre risultati”.

–

internazionale/esteri

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/ue-cina-sefcovic-e-wang-a-confronto-sul-commercio-a-bruxelles/577843/

Emanuele Pozzolo, patente sospesa per un anno dopo incidente: “Tante cose da chiarire, faccio ricorso”

(Adnkronos) –
Patente sospesa per un anno per il deputato Emanuele Pozzolo. “Ci sono tante cose da chiarire, farò ricorso”, ha detto il deputato all’Adnkronos.

A emettere l’ordinanza di sospensione è stata la prefettura di Biella dopo che Pozzolo è stato protagonista a inizio mese di un incidente autonomo sulla superstrada tra Biella e Cossato dal quale era uscito illeso ma il suo tasso alcolemico era risultato superiore al consentito. L’ordinanza fissa i termini della sospensione della patente in un anno, raddoppiando, per l’incidente, la base minima di sei mesi.

“Farò ricorso, è dal 7 di giugno che mi hanno tolto la patente… Reputo ci siano molte cose da chiarire, come qualsiasi cittadino italiano comunque farò ricorso, perché come detto ci sono molte cose da chiarire”, ha affermato.

Al momento del controllo, il tasso di Pozzolo, esponente di Futuro nazionale, sarebbe stato superiore a 1 grammo/litro (se si passa lo 0,8 il reato diventa penale) si legge su ‘La Stampa’. Come riporta il quotidiano, nei prossimi mesi dovrà sottoporsi a un controllo da parte della commissione medica per verificare se sia in condizione psicofisica adeguata e accertare eventuali condizioni sanitarie che lo rendano incompatibile con la guida. Alla fine dell’anno di sospensione, se non sceglierà percorsi alternativi come ad esempio la messa alla prova (che dimezza anche la sospensione della patente ed estingue il reato, ma può essere utilizzata

soltanto una volta nella vita) e se verrà giudicato responsabile di aver provocato l'incidente, il deputato dovrà sottoporsi alla revisione della patente, che non vuol dire rifare l'esame ma, essenzialmente, sottoporsi ancora una volta ai controlli da parte della commissione medica sul suo stato sia fisico che psicologico. Se supererà le verifiche sanitarie potrà tornare a guidare.

–

politica

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/emanuele-pozzolo-patente-sospesa-per-un-anno-dopo-incidente-tante-cose-da-chiarire-faccio-ricorso/577819/

Cisambiente Confindustria sceglie la Calabria: al Parco Biometano Ecoross il

confronto sul futuro dell’energia

(Adnkronos) – Il Parco Biometano Ecoross di Corigliano Rossano ha ospitato l’Assemblea generale 2026 di Cisambiente Confindustria, dedicata alle politiche energetiche e al futuro delle rinnovabili. L’impianto rappresenta un esempio di economia circolare, trasformando i rifiuti organici domestici in biometano, un gas 100% rinnovabile. All’incontro hanno partecipato, tra gli altri, Walter Pulignano amministratore unico Ecoross, Donato Notarangelo presidente Cisambiente Confindustria e Roberta Toffanin, esperto consulente del Mase e membro del Cda del Gse. La moderazione è stata affidata a Lucia Leonessi direttore generale Cisambiente Confindustria.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/cisambiente-confindustria-sceglie-la-calabria-al-parco-biometano-ecoross-il-confronto-sul-futuro-dellenergia/577829/

Donna e figli intrappolati sotto le macerie in Venezuela, Vigili del Fuoco italiani al lavoro

(Adnkronos) – I Vigili del Fuoco italiani, in collaborazione con i “bomberos” dell’Ecuador, stanno operando a La Guaira (Venezuela) per il salvataggio di una donna e dei suoi tre figli rimasti intrappolati sotto le macerie della loro abitazione. Le operazioni di recupero risultano particolarmente complesse. La notizia è stata diffusa dagli stessi Vigili del Fuoco tramite X.

–

internazionale/esteri

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/donna-e-figli-intrappolati-sotto-le-macerie-in-venezuela-vigili-del-fuoco-italiani-al-lavoro/577845/

Econocom acquisisce il 51% di Bagnetti e si rafforza nel centro Italia

(Adnkronos) – Econocom acquisisce il 51% di Bagnetti, azienda romana specializzata nella fornitura di soluzioni IT e servizi professionali, con un fatturato di oltre 30 milioni di euro. L'accordo prevede un percorso che porterà progressivamente all'acquisizione del 100% del capitale della società. "La guida – annuncia il gruppo – resterà affidata all'attuale management, composto dai soci Giancarlo Bagnetti, Daniela Fefè e Claudio Bagnetti, a conferma della volontà di Econocom di garantire continuità e di investire nel consolidamento e nello sviluppo di una piattaforma sempre più solida e specializzata nel mercato italiano dell'Ict. In questo contesto, Giancarlo Bagnetti e Daniela Fefè ricopriranno il ruolo di Managing Director, con responsabilità rispettivamente sulle funzioni gestionali e di supporto e sulle attività commerciali e operative".

L'operazione si inserisce nella strategia di crescita per linee esterne perseguita da Econocom, che individua nelle acquisizioni una leva chiave per ampliare la copertura territoriale, rafforzare le competenze distintive e consolidare il proprio ruolo di abilitatore della trasformazione digitale.

Fondata nel 1979 e con sede a Roma, Bagnetti è uno storico operatore del settore Ict italiano con una consolidata presenza nel mercato privato e nella Pubblica Amministrazione. L'acquisizione consente a Econocom – gruppo internazionale attivo nel mercato della Digital Transformation, quotato a Bruxelles, con circa 3 miliardi di euro di ricavi e oltre 8.000 collaboratori – di rafforzare il proprio presidio nell'area di Roma e nel Centro Italia. L'operazione permetterà

inoltre di sviluppare significative sinergie commerciali attraverso attività di cross e up-selling sulla base clienti, valorizzando le rispettive specializzazioni tecnologiche e settoriali e ampliando la capacità di risposta alle esigenze di trasformazione digitale delle organizzazioni pubbliche e private.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/econocom-acquisisce-il-51-di-bagnetti-e-si-rafforza-nel-centro-italia/577831/

Moda, Gruppo Pattern ottiene certificazione Leed Platinum con il nuovo headquarters Torino

(Adnkronos) – Il Gruppo Pattern riceve ufficialmente la prestigiosa Certificazione Leed v4 (Leadership in Energy and

Environmental Design) for Building Design and Construction livello Platinum per il proprio Headquarters di Torino, inaugurato nell'ottobre 2025, raggiungendo un punteggio di 85 su 110 punti. Si tratta del massimo livello previsto dal protocollo internazionale, che attesta l'eccellenza in termini di sostenibilità ambientale, efficienza energetica e qualità degli spazi. Alla consegna della targa, avvenuta il 19 Giugno, ha partecipato il Presidente di Green Building Council Italia, Fabrizio Capaccioli, insieme ai dipendenti dell'azienda e ai consulenti che hanno contribuito alla costruzione dell'Headquarters.

Un traguardo che "conferma il percorso intrapreso verso un modello di crescita sempre più responsabile e rappresenta per noi motivo di grande soddisfazione. Ancora di più se pensiamo che nel contesto italiano, di circa 30 edifici che hanno raggiunto il livello Leed Platinum, solo una decina ha ottenuto un punteggio uguale o superiore a quello del Gruppo Pattern – afferma Franca Di Carlo, plant manager del Gruppo Pattern -. Tra questi, i siti industriali come il nostro rappresentano una quota davvero limitata, rendendo questo traguardo ancora più significativo. L'Headquarters per noi non è solo un sito operativo, ma la nostra casa, uno spazio in cui soluzioni tecnologiche innovative e materiali sostenibili si integrano per il benessere delle persone".

Elevata efficienza energetica, l'uso di fonti rinnovabili, la gestione delle risorse idriche e la qualità degli ambienti interni dell'Headquarters. Sono questi i principali elementi che hanno portato il Gruppo al raggiungimento della certificazione Leed Platinum. Determinante anche il lavoro sulla Tassonomia Europea, che ha consentito di organizzare e rendere ulteriormente tracciabili i dati, in linea con i criteri della finanza sostenibile.

"Questo traguardo testimonia non solo la solidità industriale e la capacità di visione del Gruppo, ma anche una scelta coraggiosa e controcorrente rispetto al settore. In un

contesto caratterizzato da forte incertezza, noi abbiamo scelto di confermare integralmente gli investimenti pluriennali, in primis quello sull'Headquarters appunto, rafforzando l'impegno sul territorio e rinnovando la fiducia nelle prospettive di crescita di lungo periodo" aggiungono Fulvio Botto e Franco Martorella, fondatori e soci di maggioranza di Pattern, insieme a Luca Sburlati, ceo del Gruppo. L'headquarters rappresenta ovviamente un investimento importante per il Gruppo, che a maggio ha inoltre approvato alcuni dati consolidati al 31 marzo 2026, confermando nel primo trimestre 2026 il trend di miglioramento di tutti gli indicatori economici, trainato da tutti i poli industriali del Gruppo (maglieria, pelletteria e ready-to-wear), un andamento avviato dal secondo semestre 2025.

Al 31 marzo 2026 il Gruppo Pattern ha raggiunto ricavi totali pari a quasi 28 milioni di euro in crescita del 19,3% rispetto al 31 marzo 2025. L'Ebitda al 31 marzo 2026 si attesta a oltre € 2 milioni, rispetto ad un valore quasi azzerato del primo trimestre 2025, mentre l'Ebitda Margin si attesta al 7,8%, in netto miglioramento rispetto a 0,1% al 31 marzo 2025. Nel corso del trimestre il Gruppo ha infine confermato una positiva capacità di generazione di cassa operativa, assorbita principalmente dagli investimenti effettuati.

Alla consegna ufficiale della targa della Certificazione Leed livello Platinum hanno partecipato tutte le realtà che hanno contribuito alla realizzazione dell'headquarter e al raggiungimento della certificazione: Ing. Gianfranco Boffa di Tekinda Srl che ha coordinato alcuni dei più importanti studi di progettazione – Sma Progetti, Eq Ingegneria, Ing. Giuseppe Lonero e Get- mentre l'esecuzione è stata affidata a Secap S.p.A., storica impresa torinese. L'investimento è stato sostenuto anche grazie al finanziamento di Intesa Sanpaolo con garanzia Green emessa da Sace, confermando la solidità industriale del Gruppo e la coerenza con i criteri esg.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/moda-gruppo-pattern-ottiene-certificazione-leed-platinum-con-il-nuovo-headquarters-torino/577833/