

Advertising 3.0

Un incontro a cura dell'Istituto Europeo di Design per discutere il futuro della comunicazione pubblicitaria nell'era digitale e della crisi

14 maggio – dalle 9.30 alle 13
Porta Futuro - Via Galvani, 108 – Roma

Lo IED all'interno della propria formazione riserva uno spazio importante all'area della comunicazione e dei nuovi media. Nell'ambito del corso triennale in Pubblicità, IED propone **Advertising 3.0**, un incontro organizzato in collaborazione con **Porta Futuro**, spazio della Provincia di Roma che offre servizi per il lavoro, orientamento e formazione professionale.

Nel luogo deputato a facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, IED indaga il tema del futuro della comunicazione pubblicitaria nell'era digitale e della crisi.

Numerose sono le domande che sorgono a cui dare una risposta: *il settore ha la possibilità di risollevarsi con la creatività delle nuove generazioni? La formazione che ruolo avrà? Le tecnologie digitali, i media digitali potranno dare nuovo slancio ai modi comunicare? Le imprese saranno in grado di recepire i cambiamenti in atto nei confronti del consumatore?*

Dopo il saluto dello School Manager **Antonio Venece**, l'incontro sarà condotto dal giornalista **Carlo Toscan**, coordinatore editoriale di Italia Futura, che modererà i diversi relatori invitati. Interverranno anche le Associazioni di Categoria **TTP** - Tecnici Pubblicitari Professionisti e **AIAP** - Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva.

Gli interventi:

> Una crisi strutturale

La crisi vera delle agenzie è stata soprattutto strutturale. Manca, nella pubblicità italiana, un terreno fertilizzato dalla cultura e non ci sono contenuti da cui farsi fecondare, o contagiare per creare altri contenuti, o nuovi nessi, o capovolgere tutto e guardare le cose da un'altra parte.

Relatore: Pia Elliott, esperta di comunicazione, copywriter dagli anni '60. Dal 2002 lavora come free lance a progetti di comunicazione pubblica, di utilità sociale, mostre, eventi, serie televisive e marketing turistico. È autrice del libro "Just Doing it", edito da Lupetti Editore.

> Cosa sono le agenzie oggi

Raccontare le grandi micro-diversità delle strutture che oggi operano sul mercato, il tramonto del modello classico, ma anche i motivi per cui tale modello continuerà ad avere un ruolo; la diversità di scenario che definisce le due piazze più importanti (Milano e Roma) e anche la differente educazione che si respira nei due poli.

Relatore: Francesco Taddeucci, copywriter, direttore creativo e partner dell'agenzia Humans (HMNS) che cura campagne per Omega, Sisley, Pirelli, Metzler e Italo. Ha ottenuto numerosi riconoscimenti tra cui Cannes Lions International Advertising Festival, New York Festivals, Clio, Epica, Eurobest, ADCE.

> Creatività è anche sporcarsi le mani

Negli ultimi vent'anni, mentre l'Italia smetteva di crescere, la nostra comunicazione pubblicitaria ha pensato bene (cioè male) di regredire a dei livelli di sciatteria e barbarie mai visti prima. Perciò cercasi talenti creativi disponibili a sporcarsi le mani per rimuovere le macerie e ricostruire un tessuto connettivo del quale una società e una economia degne di questo nome non possono fare a meno.

Relatore: Marco Carnevale, copywriter, partner e direttore creativo dell'agenzia indipendente Yes I Am. Negli anni ha conseguito oltre 160 premi e riconoscimenti nazionali, continentali e mondiali (fra i quali Cannes Lions International Advertising Festival, New York Festivals, Euro-Effie, Epica, ADCI e Radiofestival)

> Creativi imprenditori

La creatività in Italia sta facendo un bagno di realtà. Ognuno di noi è obbligato ad uscire dal seminato e intraprendere strade sperimentali, dove l'unica guida è il feedback del mercato. Nessuna delle pratiche che fin qui assicuravano una navigazione tranquilla è più consigliabile. La creatività non è più possibile se le aziende, i committenti, non la praticano per primi. O se i creativi stessi non diventano imprenditori.

Relatore: Paola Manfroni, art director, dal 2007 co fondatrice di Marimo. Negli anni ha ricevuto riconoscimenti all'ADCI, al Cannes Lions International Advertising Festival, London Eurobest, European Epica, the New York Festivals, Cresta Awards, London International Advertising Awards. Giurato a Cannes nel 2007, è attualmente vice Presidente dell'ADCI.