



RAFFAELE BARBERIO
Direttore Responsabile Key4biz

Esperto in comunicazione, si occupa da sempre di radio e televisione e più recentemente di telecomunicazioni e sviluppo della rete. Ha conseguito la laurea con lode in Sociologia, presso l'Università degli Studi La Sapienza, Roma. Per il CNR ha svolto attività di ricerca presso il Centre de Sociologie Urbaine di Parigi VI (1978-79), a Londra presso la School of Communications del Polytechnic of Central London (1980-82) e il Goldsmiths College (1984-85). A fine 2001 ha promosso il progetto editoriale da cui, nel 2002, è nato Key4biz.it, il portale italiano dell'ICT. Dal 1995 al 2000 in Finsiel Spa come responsabile di progetti di digitalizzazione del patrimonio culturale del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali. Dal 1993 al 1995 responsabile marketing di Sidac Spa. Dal 1989 al 1993 direttore generale del CEMEI (Consorzio per l'Editoria Multimediale Elettronica Interattiva), fondato da Rai, Philips e Stet. Dal 1985 al 1989 con il Gruppo Bastogi-Acquamarcia per il lancio italiano del mercato home-video con il Video Electronics Club. Ha svolto una articolata attività di ricerca e consulenza per Presidenza Consiglio dei Ministri, la Camera Deputati, il Consiglio d'Europa, la CEE, la Rai e numerose imprese private. È autore de: L'Antenna promessa, ERI-Edizioni Rai; Le dinamiche del broadcasting, RAI; L'Europa delle televisioni, Il Mulino.



GIANFRANCO CONTE
Presidente e Direttore Generale
Iperclub spa

Gianfranco Conte, 51 anni, Presidente e Direttore Generale di Iperclub SpA, inizia giovanissimo la sua carriera di imprenditore. A 23 anni fonda un'agenzia pubblicitaria e a 28 sviluppa un'idea innovativa di marketing per piccole e medie aziende, i "Negozi del Semaforo", che coinvolge oltre 30.000 imprese in Italia e in Spagna. Nel 1994, grazie alla sua formazione orientata alla comunicazione, alle promozioni e al marketing, ha l'intuizione di utilizzare il prodotto turistico nelle campagne promozionali e fonda Iperclub Spa, un gruppo, oggi, con circa 1000 collaboratori. Nel 2004 scrive il suo primo libro "Fare Promozioni" edito da Comunicazione Italiana - Buffetti. Nel 2006, grazie alla forte esperienza in reti vendita e organizzazione aziendale, pubblica "Siamo Tutti Venditori" (Lupetti Editore) per riqualificare il termine "venditore" e far comprendere il valore del "venditore etico".



PAOLO DURANTI
Managing Director Southern Europe di Nielsen
Media Research

49 anni è Managing Director per il Sud Europa di Nielsen Media Research, unità del gruppo Nielsen che concentra le competenze nel campo delle ricerche sui Media. Entrato in ACNielsen nel 1984 nel reparto Client Service ha lasciato la società nel 1993 come Direttore di una delle unità di business della divisione Largo Consumo. Nella sua carriera in ACNielsen si è occupato oltreché dei servizi "tradizionali" Nielsen anche dello sviluppo delle applicazioni Single Source finalizzate allo studio della correlazione advertising e consumi. Dopo una breve esperienza in GfK Italia dove si è occupato dello sviluppo di una nuova linea di business della società nell'ambito dei prodotti semidurevoli, ha iniziato le operazioni di IHA Italia, un istituto di ricerca specializzato nella ricerca sul consumatore, in qualità di Vice Direttore Generale portando in 6 anni la società a guadagnare la leadership di mercato. In Nielsen Media Research è anche Responsabile Southern Europe e Sud Africa; dal 2001 Vice Presidente IAA (International Advertising Association) con il compito dei rapporti Internazionali e della formazione dei giovani; docente presso alcuni Master (Publitalia '80, UPA) e presso alcune Università e Scuole Professionali (IULM, Università Bicocca di Milano nel corso di Economia d'Impresa, IED).