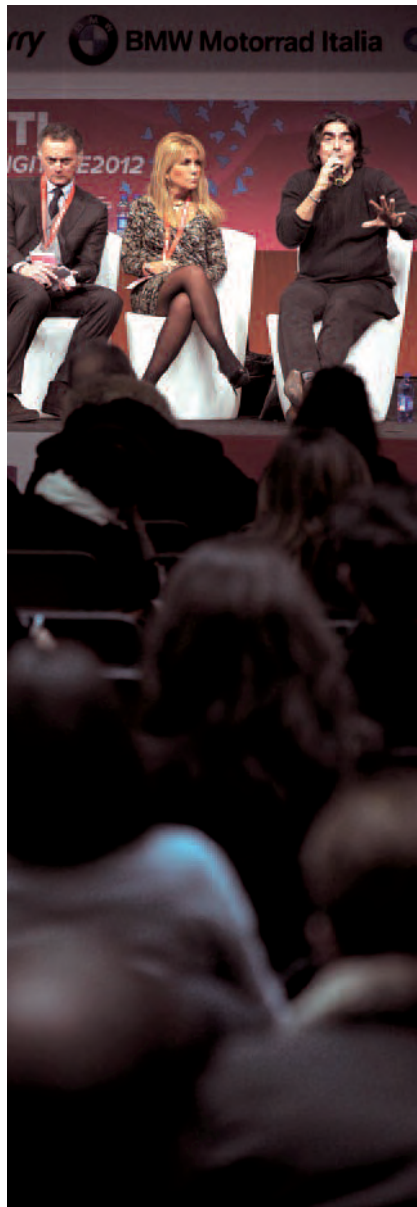




PAOLO IABICHINO

Creative Director Ogilvyone, Ogilvyaction, Milan/ OgilvyOne Worldwide

In pubblicità dal 1990, è passato dall'advertising tradizionale alla comunicazione relazionale, incontrando qui la giusta dimensione di uno scrivere più attento al destinatario. Con il suo team gestisce campagne e strategie di comunicazione per importanti marche italiane e internazionali. È convinto che la pubblicità non abbia più bisogno di un target, ma di un interlocutore con il quale marche e prodotti devono mettersi in relazione, superando la logica del bisogno per sposare l'etica del servizio. Da qui l'advertising si arricchisce di nuove discipline per avvicinare un nuovo consumatore, sempre più individuo, che obbliga la scrittura a passare dal registro seduttivo a quello emotivo. Docente di un master post laurea di advertising presso la Scuola Politecnica di Design di Milano, è tra gli autori del saggio a più voci "La Magia della Scrittura", pubblicato da Sperling & Kupfer. Sempre con Lucchini e Sperling ha partecipato al saggio "Il Linguaggio della Salute". Presso l'Istituto Europeo di Design di Milano partecipa come direttore creativo del corso che forma i giovani art director alla professione nel passaggio "Dall'advertising all'invertising".à, dei media e della comunicazione in genere.



NICOLA MATTINA

Presidente Elastic

Consulente di direzione con una consolidata esperienza nel settore della comunicazione d'impresa, di cui ha toccato molte discipline specialistiche: relazioni pubbliche, comunicazione interna, branding, comunicazione online. Negli ultimi anni, ha concentrato la sua attenzione sulla creazione e il governo di reti sociali e sull'impatto dei media sociali (blog, social network, wiki, etc.) sulle persone, le aziende e le istituzioni. Di questi temi scrive nel suo blog e su varie testate.