



ARTE, ITALIA E PUBBLICITÀ

Comunicare meglio, comunicando il bello

Mercoledì 4 dicembre 2019 ore 10.00
Associazione Civita - Sala Gianfranco Imperatori
Roma, Piazza Venezia 11

SALUTI

Gianni Letta

Presidente Associazione Civita

Carlo Tamburi

Direttore Italia Enel e Presidente Comitato "Marketing e Cultura" Associazione Civita

INTRODUCE

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente UPA - Utenti Pubblicità Associati

MODERA

Daniele Chieffi

Giornalista

INTERVENGONO

Alfredo Accatino

Chief Creative Officer Filmmaster

Lavinia Biagiotti Cigna

Presidente e CEO di Biagiotti Group

Lorenzo De Rita

Docente Ingegneria delle Idee - Visiting Professor Politecnico di Torino

Luca Josi

Brand Strategy Media & Multimedia TIM

Giuseppe Lavazza

Vice Presidente Gruppo Lavazza

Matteo Rovere

Regista e produttore, Groenlandia Film

Alberto Salvadori

Direttore ICA Milano - Istituto Contemporaneo per le Arti

Paolina Testa

Avvocato FTCC Studio Legale Associato

CONCLUDE

Anna Laura Orrico

Sottosegretario al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

La Pubblicità nasce da una costola dell'Arte - Toulouse Lautrec disegnava réclame per il Moulin Rouge; il Futurismo chiamava i manifesti "quadri pubblicitari"; De Chirico definiva il muro tappezzato di pubblicità una sorpresa metafisica; Depero la teorizzava come una forma d'arte popolare che vive nelle strade; fino alla Pop Art che incarna la società dei consumi. Nonostante oggi la comunicazione corra il rischio di confinarsi in un algoritmo con un po' di intelligenza artificiale, molto spesso il mondo dell'arte e quello della comunicazione d'impresa si incontrano per produrre il fattore più potente per l'attenzione umana: l'emozione. Su iniziativa dell'Associazione Civita, nell'ambito delle attività comuni, UPA ha costituito - sul canale YouTube UpAdvertisinGraffiti - una playlist specifica di video pubblicitari che integrano la comunicazione commerciale a elementi simbolici riconducibili all'arte, alla cultura, e alla bellezza paesaggistica italiana. Sul rapporto fra arte, cultura e pubblicità si discuterà nella tavola rotonda per mettere in luce le opportunità, le difficoltà, le potenzialità di un linguaggio comune.