



# LO STUPORE CONTINUA

# UPA

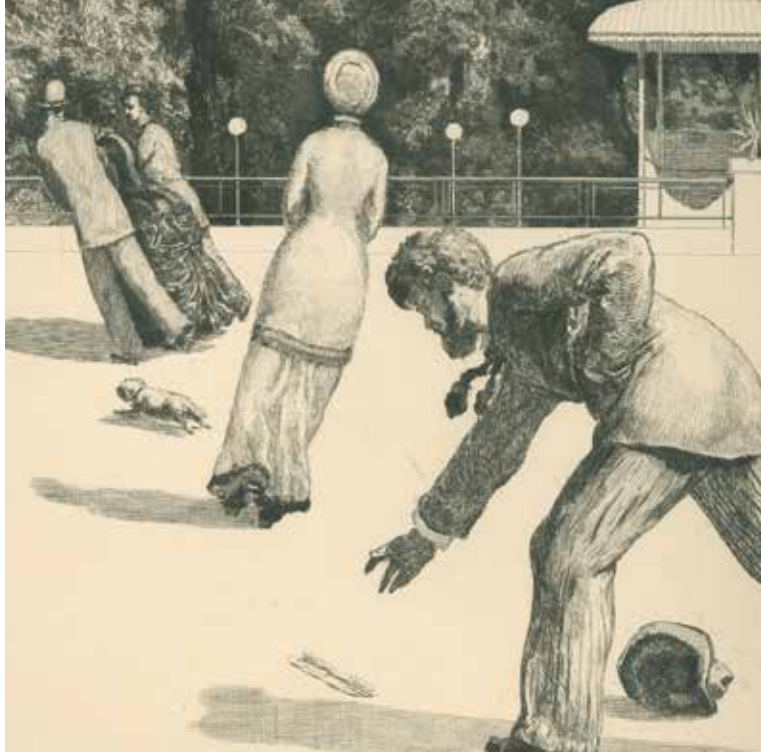
Assemblea 2015

# UPA

Assemblea UPA  
Milano, Teatro Strehler  
1 luglio 2015

## CONSIGLIO DIRETTIVO UPA

Giacomo Archi **Henkel Italia**  
Michele Bauli **Bauli**  
Maurizio Beretta **Unicredit**  
Marcello Binda **Binda Italia**  
Francesca Catelli **Gruppo Artsana**  
Gianluca Corti **Vodafone**  
Francesco Cruciani **Davide Campari-Milano**  
Francesco Del Porto **Barilla G. e R. F.lli**  
Valerio Di Natale **Mondelez Italia**  
Andrea Falessi **Enel**  
Aldo Fumagalli **Candy Elettrodomestici**  
Marc Gosselin **Danone Italia**  
Lorenza Guerra Seragnoli **Montenegro**  
Maximo Ibarra **Wind Telecomunicazioni**  
Andrea Imperiali di Francavilla **Pirelli & C.**  
Sami Kahale **Procter & Gamble Holding**  
Maura Latini **Coop Italia**  
Giuseppe Lavazza **Luigi Lavazza**  
Giulio Malgara **Malgara Chiari & Forti**  
Vittorio Meloni **Intesa Sanpaolo**  
Anna Elisa Messa **Eni**  
Marina Nissim **Bolton Group**  
Debora Paglieri **Paglieri**  
Marco Palmieri **Piquadro**  
Lodovico Passerin D'Entreves **FCA**  
Lorenza Pigozzi **Mediobanca**  
Alessandro Pittaluga **Galbusera**  
Mario Preve **Riso Gallo**  
Francesco Pugliese **Conad**  
Roberto Santoro **Ferrero**  
Lorenzo Sassoli de Bianchi **Valsoia**  
Cristina Scocchia **L'Oreal Italia**  
Ubaldo Traldi **Perfetti Van Melle Italia**  
Marco Travaglia **Nestlé Purina**  
Angelo Trocchia **Unilever Italia**  
Carlotta Ventura **Telecom Italia**

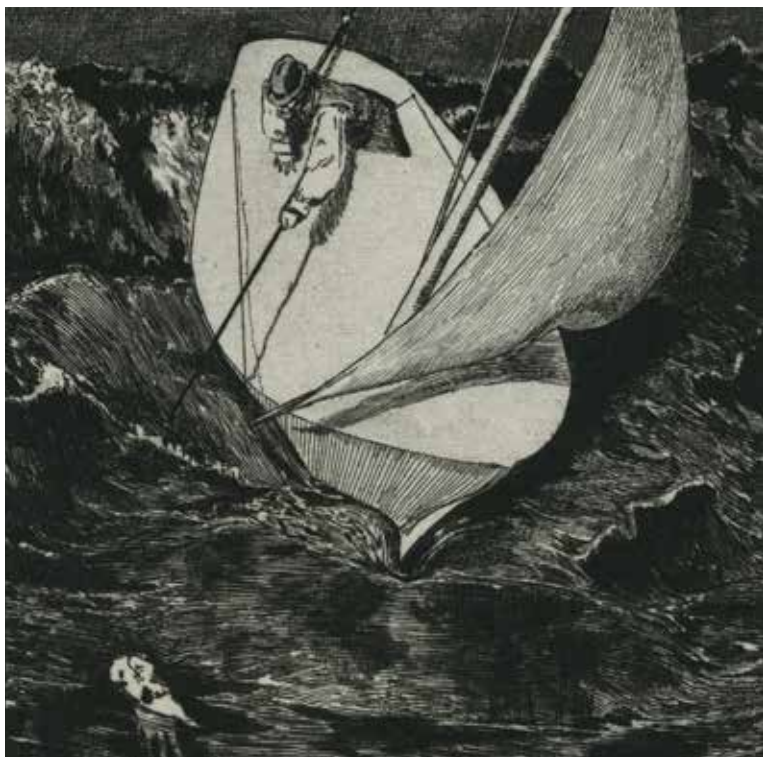


Viviamo un momento di inerzia imperiosa.

Мы живем момент инерции властной.

Cosa blocca i consumi? La paura.

क्या ब्लॉक खपत ? डरा.



La pubblicità ha la funzione di stimolare l'innovazione.

راكتابال زيفحتل نالعال ميمصت م

Reklama je navržen tak, aby stimulovat inovace.

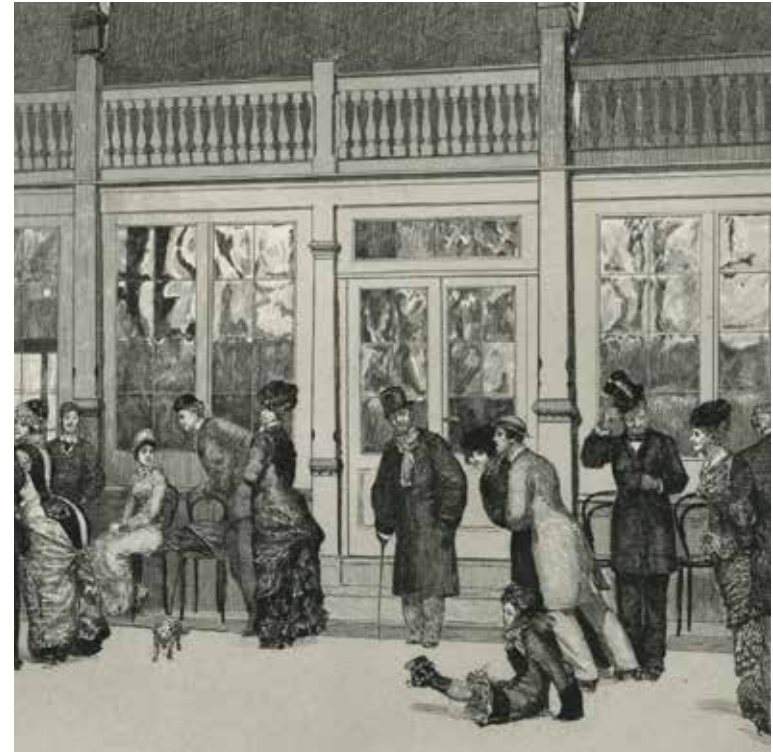
Жарнамалық инновацияларды ынталандыру үшін әзірленген.

La televisione potrà contare su un superpanel di rilevazione, esperimento unico al mondo.

Sjónvarpstækið treysta á Superpanel uppgötvun, tilraun einstakt í heiminum.

Siamo in grado di incrociare preferenze individuali e temperature della rivoluzione digitale.

Chúng tôi có thể đáp ứng sở thích cá nhân và nhiệt độ của cuộc cách mạng kỹ thuật số.





Il nostro ruolo è quello di offrire una comunicazione elegante, perché l'etimo di elegante è "saper scegliere".

Nostrum onus atque munus est elegantem communicationem deferre, quoniam nominis elegantiae origo eligere est.

Indima yethu ukuhlinzeka zokuxhumana nenhle, ngoba etymology smart ukwazi kanjani ukukhetha.

La scelta casuale è un prodotto della noia, la preferenza consapevole è generata dal piacere.

יד , מאַדראַב ןופ טקודאַרפ אַ זיא הרירב מאַדנאַר יד  
ךרוד דאַטיירענעשזד זיא טנאָהרעביי קיניזטסוואַב  
אָגינעגראַפּ.

La stampa approfondisce come nessun altro,  
il segreto della carta viene oggi svelato dalla  
trasparenza dell'elettronica.

Printimine süvendab miski muu ,saladust  
kaart on nüüd selgunudläbipaistvuse  
elektroonika.

The press offers unparalleled depth of  
information. Today, the secret of paper is  
revealed in the transparency of electronics.







La televisione resta la finestra sul mondo.

La télévision continue à être la fenêtre sur le monde.

Fjernsynet er vinduet til verden.

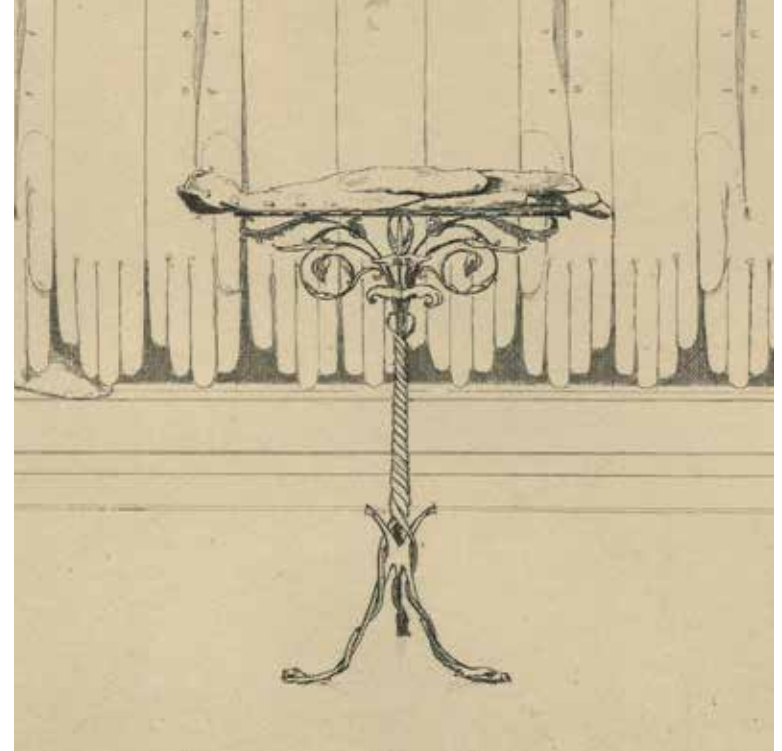
Periscope è come avere le pareti della propria vita in trasparenza: ci sommergerà di narcisismo sopito.

في عرمل اةايح ناردي دوجو لثم وه راطنملا  
ةمئان ةيسجرنللا رمغ نحن : ةيفافشللا

Periscope e kato stenite na život edin v  
prozrachnostta: nie se potopite narcisizm  
spjaca.

La comunicazione è un dio Mercurio che  
misura la temperatura del consumatore.

Τὸ διαφημίζειν θεὸς Ἑρμῆς τῆς τοῦ  
κατανάλουτου κράσεως ὁ μετρητῆς ἐστί.





Η επικοινωνία είναι ένας θεός Ερμής που μετρά τη θερμοκρασία του καταναλωτή.

Con gli dei inafferrabili della comunicazione dobbiamo attrarre il metallo impalpabile dell'attenzione.

অধরা যোগাযোগ মধ্যমে আমরা মটোল অবোধ্য মনোযোগ আকর্ষণ করতে হবে.

Onder die ontwykende kommunikatie moet ons die metaal ontastbaar aandag te trek.

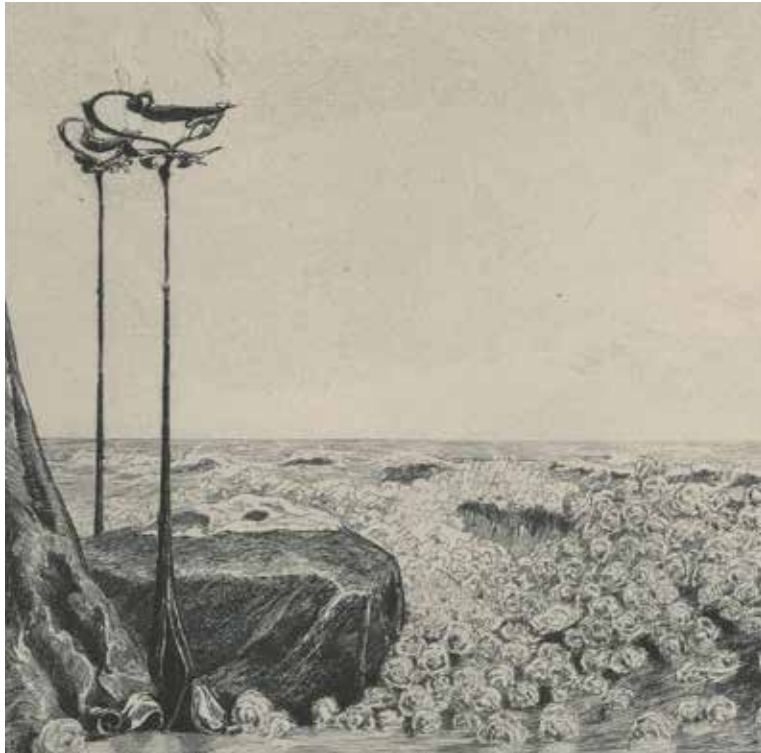
E se dovessimo attrarre, più che inseguire?  
Predisporre le persone allo stupore della marca.

如果我們要吸引，而不是追逐？使人容易對品牌的奇蹟。 .

La pubblicità è un rizoma, radice che per gemmazione dà vita a nuova linfa, a un nuovo fusto, a nuovi rami.

Реклама корневище, путь почкования что дает начало новой жизни, нового ствола, новых отраслей.





Quando una pubblicità è ingannevole, inganna l'intera storia di una marca.

広告は誤解を招く場合には、ブランドの全体的な話を欺く。

Quando uma publicidade é enganosa, engana inteira história de uma marca.

UPA aims to be an investment magnet, linking supply and demand in cultural sponsorship.

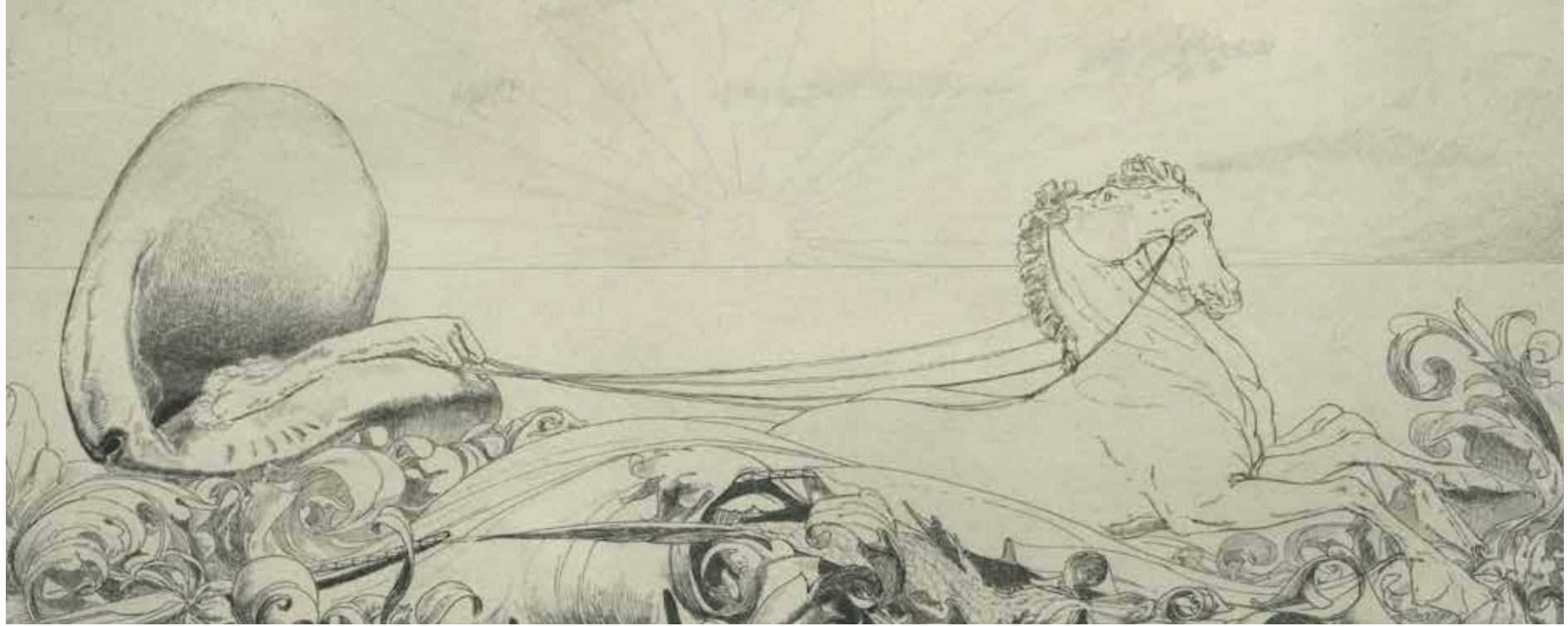
C'è un motivo in più per investire nella banda larga:  
è uno strumento di emancipazione femminile.

On veel üks põhjus, miks investeerida lairiba:  
onvahend naiste mõjuvõimu.

La comunicazione deve allargare di speranza  
le prospettive della persona: uomo, donna o  
un'ombra di rossetto contro l'ipocrisia.

आदमी, औरत, या पाखंड के खिलाफ लपिस्टकि की एक  
छाया : संचार उम्मीद व्यक्तिकी संभावनाओं का वसितार  
करना चाहिए.

Che bell'età ci attende oltre la crisi!



Le frasi pubblicate, in diverse lingue, sono tratte dalla relazione del Presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi, all'Assemblea annuale dell'UPA 2015.

Le immagini sono dall'opera "Il guanto" di Max Klinger.  
Per gentile concessione della Galleria dell'Incisione di Brescia.



**UPA**

[www.upa.it](http://www.upa.it)