

Editoria "Strategia in pubblicità. Dall'intelligenza, la magia": il nuovo libro firmato da Marco Lombardi

Il testo di formazione, pubblicato da **Franco Angeli**, vede il contributo di Mindshare con il ceo Roberto Binaghi e gli altri leader Adriana Ripandelli, Marzio Mazzara e Marco Brusa

Come trasformare l'intelligenza in magia? John Hegarty assegna il complesso compito all'idea creativa che nasce solo da una visione strategica chiara, coraggiosa e responsabile. La pubblicità è oggi costruita su dati e tecnologia ma non può esserne dominata. Web e mobile hanno sconvolto il principio della comunicazione, ma il gioco mantiene molte regole classiche. Come destreggiarsi? Marco Lombardi (presidente Y&R, WPP) si è unito a Roberto Binaghi (ceo Mindshare, WPP) e agli altri leader di Mindshare (Adriana Ripandelli, Marzio Mazzara e Marco Brusa), formando un unicum di esperienza in comunicazione e innovazione nella gestione dei dati e dei mezzi offline e online. Insieme, hanno raccolto nel manuale "Strategia in pubblicità. Dall'intelligenza, la magia" edito da **Franco Angeli**, tutto il bagaglio di conoscenze che vorrebbero in possesso dei propri collaboratori.

Fare della marca una storia

"La sfida è non tanto far raccontare alla marca delle belle storie, quanto far della marca stessa una storia che sia premiante raccontare", afferma Marco Lombardi. "Considerando che le tecnologie permetteranno all'uomo di fare più progressi nei prossimi 20 anni che nei precedenti 200, è chiaro che il digitale e le sue infinite potenzialità – sia attuali che future – devono essere messe al

centro del nostro lavoro quotidiano - aggiunge Roberto Binaghi - . L'aggiornamento e la formazione continui, la capacità di "leggere il futuro" anticipandone le tendenze, così come la visione critica delle conseguenze sociali ed economiche innescate da tali processi innovativi rappresentano il DNA della nostra agenzia".

Aggiornamento continuo

Adriana Ripandelli, Marzio Maz-

zara e Marco Brusa concludono osservando che "Cimentarsi con la scrittura di un testo di formazione è stata un'esperienza nuova e preziosa. Abbiamo passato al vaglio e sistematizzato saperi e competenze che, soprattutto nel digitale, spesso si diffondono soprattutto per passaparola. Ci auguriamo di aver fatto cosa utile per le nuove generazioni che stanno entrando nella industry e che, proprio grazie ai loro feedback, questo manuale possa integrarsi in un percorso di aggiornamento continuo".



Da sinistra: Marzio Mazzara, Roberto Binaghi, Marco Lombardi, Adriana Ripandelli e Marco Brusa

