



I MESTIERI DELLA PUBBLICITÀ

Giovedì 24 maggio 2018 h.16,30-19,00

Aula 356 Complesso San Niccolò

Interviene:

Pietro Pio Cirsonè

(The Coca-Cola Company, Paris/London)

FARE STRATEGIA CREATIVA

Decidere cosa una marca può dire. Se deve parlare del successo o delle gioie del supermercato, dell'amore, della sete o della fame, della fiducia o del bello della colazione. Capire come una marca si debba raccontare, apparire. A chi parlare, dove, come fare a durare. Costruire marche che hanno un senso nella vita delle persone e che alle persone riescono ad adattarsi. Scelte di questo tipo fanno il lavoro di un Creative Strategist.



Incontro per capire cosa fa un Creative Strategist/ Strategic Planner, il ruolo che gioca nella costruzione della marca e nella definizione dei racconti pubblicitari. Perché possa essere un lavoro interessante dentro un'agenzia, nel dipartimento marketing di un'azienda o nella stanza dei bottoni di un uomo politico. Un'opportunità per capire quali conoscenze e "critical experiences" sviluppare per un tale profilo.

Laureato a Siena, dopo esperienze di stage in azienda, istituto di ricerca e agenzia, diventa Strategic Planner per Publicis (Milano /Roma) e in seguito per Leo Burnett e BETC-HAVAS (Parigi). Renault, HP, Carlsberg, Nestle, Ferrero, Canal +, Kellogg's, alcuni fra i principali clienti. Da quasi 4 anni è Marketing Content Manager in Coca-Cola Western Europe, fra Parigi e Londra.

In collaborazione con le cattedre di
Pubblicità, Comunicazione e Consumi e Pubblicità e Strategie di Comunicazione integrata (DISPOC)
dell'Università di Siena

L'incontro è aperto a tutti.