



UNC
CONSUMATORI.IT

La “nuova pubblicità” protagonista a Cose da non credere

25 Maggio 2018



La **nuova pubblicità** è stata protagonista di “**Cose da non credere**”, l’evento dell’Unione Nazionale Consumatori che si è tenuto il 24 maggio al **Museo MAXXI di Roma**. Un pomeriggio di lavoro, a partire dalle ore 15 durante il quale, dopo la relazione introduttiva del **Presidente Massimiliano Dona**, oltre duecento rappresentanti del mondo delle istituzioni, delle aziende, della comunicazione si sono riuniti in vari micro tavoli di lavoro per tre turni, confrontandosi su **pubblicità, neuromarketing, biomarketing, influencer, nuove regole, privacy** e molto altro.

“La **nuova pubblicità** è il tema dell’anno -ha dichiarato il Presidente Dona- e questo è un momento di grande cambiamento. La convergenza tra televisione e internet cambierà radicalmente il modo in cui tutti noi riceviamo le sollecitazioni della pubblicità. Quindi come consumatori dobbiamo conoscere questi cambiamenti e contemporaneamente essere un po’ gelosi dei nostri dati, non consegnarli troppo liberamente per rimanere padroni delle nostre scelte. Dobbiamo far maturare il nostro spirito critico e continuare a consumare felicemente, ma in modo più consapevole”.

La formula scelta per animare il dibattito dei numerosi ospiti in sala è quella del **world café**: semplice ed efficace, è stato pensato appositamente per dar vita a **conversazioni informali, vivaci e costruttive. Quattro o cinque persone** siedono attorno a un **tavolo** simile a quelli dei bar, per **ragionare su temi e questioni su**

cui pensare insieme può fare la differenza. Vicino a loro, altre persone stanno conversando in piccoli gruppi di quelle stesse cose e mentre lo fanno prendono nota delle idee più significative e dei diversi punti di vista; **dopo un po' di tempo passano ad un altro gruppo**, unendosi ad un altro tavolo.

Cosa intendiamo per nuova pubblicità? Quanto conta la variabile tecnologica? Guardando al futuro, come tenere il consumatore al centro? Queste le domande che hanno guidato le discussioni di ciascuno dei tre turni di lavoro, intervallati dalle relazioni di **Federico Luperi**, Direttore Innovazione e Nuovi Media Gruppo Adnkronos e **Giuliano Noci** Professore ordinario di Strategia & Marketing, Politecnico di Milano

A chiudere la serata la sound designer Chiara Luzzana: cosa sarebbe d'altronde la pubblicità senza i suoni?

Per saperne di più, vedere le foto e il video dell'evento vai sul sito [cosedanoncredere.it](https://www.cosedanoncredere.it)

Autore: Simona Volpe

Data: 25 maggio 2018