

– COMUNICATO STAMPA CONGIUNTO –



Scrivere civile. Per una pubblicità al servizio della società

*Paolo Iabichino, scrittore pubblicitario e direttore creativo,
presenta il suo ultimo libro in anteprima nazionale
all'interno del Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena*

*Venerdì 23 settembre
ore 15.30
presso il Complesso San Niccolò
Università di Siena
Via Roma, 56*

Siena - Venerdì 23 settembre, in una delle lezioni aperte del Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena, verrà presentato, in anteprima nazionale, "*Scrivere civile. Pubblicità e brand al servizio della società*", il nuovo libro di **Paolo Iabichino**, scrittore pubblicitario, direttore creativo e fondatore, insieme a Ipsos Italia, dell'Osservatorio Civic Brands.

Il libro è in uscita ad ottobre per Luiss University Press ed è il primo volume di una nuovissima collana curata proprio dall'autore, *Armi Segrete*, per rispondere alle problematiche che si presentano quotidianamente a chi si occupa di sostenibilità, impatto, equità e comunicazione.

La presentazione, che si svolgerà a partire dalle ore 15.30 presso il Complesso San Niccolò a Siena, sarà l'occasione per riflettere sui profondi cambiamenti che hanno interessato negli ultimi anni il mondo del marketing e della pubblicità e sulle inevitabili ripercussioni che tali cambiamenti hanno avuto su chi, della comunicazione d'impresa, ha fatto o intende fare la sua professione. Perché la ragion d'essere delle imprese, oggi, non può più essere solo economica, ma deve essere anche sociale, culturale, ambientale; in una parola, civile.

Anche la pubblicità, in tale rinnovato contesto, deve cambiare, considerando i destinatari dei propri messaggi non più come dei target da colpire, ma come persone con cui avviare una conversazione e con cui costruire una relazione. La pubblicità deve saper scardinare i vecchi paradigmi del profitto a tutti i costi e costruire narrazioni che spingano all'azione e abbiano un impatto positivo sulla vita dei territori e delle comunità. Anche la pubblicità, insomma, deve diventare civile.

'La pubblicità diventa civile, prima di tutto, quando tratta i propri clienti come dei cittadini e non più soltanto come dei consumatori, ma soprattutto quando riesce a costruire narrazioni che siano davvero al servizio del bene pubblico.' afferma **Paolo Iabichino, scrittore pubblicitario e autore di "Scrivere civile. Pubblicità e brand al servizio della società"**. *'Nelle pagine di questo libro sono partito da una premessa: non basta più ammantarsi dietro a un nobile purpose. Oggi ciò che conta è come un brand agisce nel mondo reale, in che modo si fa portatore del cambiamento, quanto coraggio dimostra*

quando baratta un po' di consenso per sollevare un dibattito all'interno della società. E chi fa il mio mestiere, chi contribuisce al disegno di progetti di comunicazione, questo non dovrebbe mai dimenticarlo.'

Di questi temi, Paolo Iabichino, di recente insignito della Laurea Magistrale Honoris Causa in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni dall'Università di Urbino Carlo Bo, discuterà, oltre che con gli studenti e i docenti del Master in Comunicazione d'impresa, anche con le imprese e i professionisti del marketing e della comunicazione che saranno presenti.

L'evento è aperto al pubblico, per partecipare è sufficiente scrivere a info@mastercomunicazioneimpresa.it

BIOGRAFIE

Paolo Iabichino, conosciuto anche come Iabicus, è scrittore pubblicitario, direttore creativo, fondatore dell'Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia, Maestro alla Scuola Holden. Si occupa di creatività e nuovi linguaggi nella costruzione di contenuti fuori e dentro la Rete. Ha ideato il concetto di "Invertising" in un libro che è diventato un manifesto per un messaggio pubblicitario rinnovato e consapevole. Il suo ultimo libro è 'Scrivere civile. Pubblicità e brand al servizio della società' per Luiss University Press che gli ha affidato anche la curatela editoriale di una nuovissima collana.

Nel 2018 l'Università di Modena e Reggio Emilia l'ha eletto Comunicatore dell'anno e nel novembre 2021 è stato insignito della Laurea Magistrale Honoris Causa in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni dall'Università di Urbino Carlo Bo.

Medium, LinkedIn, Twitter, Facebook e Instagram sono da sempre il palco delle sue suggestioni e ispirazioni. Spazi di conversazione per condividere e confrontarsi con le circa 100.000 persone che lo seguono.

Il Master in Comunicazione d'impresa (MCI) è stato attivato nel 2006 dall'Università di Siena con l'obiettivo di assicurare una formazione superiore e avanzata nell'ambito del marketing e della comunicazione.

Nei suoi 16 anni di storia, MCI ha visto trasformare lo scenario in cui imprese e istituzioni possono comunicare con i propri pubblici di riferimento. In seguito all'avvento dei media digitali, infatti, la pubblicità, le relazioni pubbliche e l'insieme variegato di linguaggi, strumenti e tecnologie che caratterizzano la comunicazione d'impresa hanno subito una tale trasformazione da averne cambiato in profondità i modelli teorici, le tecniche, gli approcci.

Per questo MCI, oltre ad aggiornare, edizione dopo edizione, il proprio piano didattico, ha compiuto una ulteriore scelta strategica: consentire ai suoi partecipanti di acquisire un metodo e un pensiero critici. In questo modo gli iscritti a MCI imparano ad imparare, acquisiscono cioè quella consapevolezza necessaria a interpretare l'evoluzione continua dei fenomeni comunicativi, cogliendone le opportunità e trasformandole in piani di comunicazione efficaci.

MCI si svolge con la partecipazione e il contributo di *Archetype*, società internazionale di comunicazione e relazioni pubbliche, *Fondazione Sistema Toscana*, in *Target Group*, fra le prime tre agenzie italiane indipendenti nell'ambito del marketing digitale, *Questit*, azienda senese diventata uno dei primi laboratori italiani di innovazione nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale.

Il totale dei partecipanti alle 16 edizioni è di oltre 400 studenti. Sono state inoltre attivate oltre 200 partnership con aziende e istituzioni dove i partecipanti hanno potuto svolgere un periodo di stage.