



## Si alza il sipario sulla sesta edizione di IF! Italians Festival, tra ospiti d'eccezione, sostenibilità ed esclusivi percorsi formativi

- *Presentato il programma dell'edizione 2019 dell'evento in scena dal 7 al 9 novembre all'hub creativo BASE Milano: #MetteteviScomodi il tema di quest'anno*
- *Numerosi i guest: da Mentana a Frassica, passando per Linus e La Pina fino ai più importanti guru della creatività italiana e internazionale*
- *L'impegno del Festival verso la sostenibilità con scenografie ad hoc, borracce e il progetto Impatto Zero® di Lifegate*
- *Sabato 9 novembre in programma l'assegnazione degli ADCI Awards, che premiano il meglio della comunicazione pubblicitaria*
  - *Al via la campagna adv multisoggetto con protagonista la scomodità*

Milano, 30 ottobre 2019 – A una settimana dall'inaugurazione, [IF! Italians Festival](#), l'evento dedicato alla creatività organizzato e promosso da [ADCI – Art Directors Club Italiano](#) e [UNA – Aziende della Comunicazione Unite](#) insieme al main partner **Google**, scalda i motori della sesta edizione, che **da giovedì 7 a sabato 9 novembre** all'hub creativo BASE Milano coinvolgerà il pubblico con interviste, incontri, workshop, approfondimenti e talk insieme a ospiti italiani e internazionali.

L'edizione 2019 di IF! Italians Festival è stata ufficialmente presentata oggi presso il Comune di Milano che patrocina l'iniziativa. Il debutto è fissato per il 7 novembre con il Grand Opening, che prevede ben tre appuntamenti: si inizia alle ore 19.00 con **ADCI Shortlist Party**, l'evento gratuito e aperto al pubblico durante cui sarà possibile vedere, in attesa della premiazione di sabato 9 novembre, le campagne finaliste agli ADCI Awards. La festa inaugurale prosegue alle ore 20.00 con **IF! Festival Design Challenge** powered by Shutterstock, una "creative battle" in cui tre direttori creativi o art director si sfideranno creando un'edizione speciale del manifesto di IF! Italians Festival 2019 ispirato al tema #MetteteviScomodi. A decretare il vincitore saranno gli spettatori, che voteranno il progetto migliore via app. A seguire, dalle ore 22.00 fino alle 2 del mattino, la musica sarà protagonista con **IF! Operà Music Afterparty** e il DJ set di **Populous e Danysol**. L'ingresso è gratuito fino a esaurimento posti e a seguito della registrazione online a [questo link](#).

*"La due giorni di IF! Italians Festival, si annovera di diritto tra i principali appuntamenti della città con il mondo della creatività e dell'innovazione, alla stregua di affermate realtà come la moda o il design" commenta l'Assessora alle Politiche per il Lavoro, Attività produttive, Commercio, Moda e Design Cristina Tajani, che prosegue: "Un festival che, anno dopo anno, è stato capace di accreditarsi quale vera occasione d'incontro e confronto, nazionale e internazionale, per i tanti operatori del mondo della pubblicità e della creatività. Un appuntamento diventato soprattutto un'imperdibile occasione per i tanti giovani che vogliono avvicinarsi al mondo della comunicazione e costruire il proprio futuro professionale in questo settore".*

Il filo conduttore di IF! Italians Festival di quest'anno, #MetteteviScomodi, sarà analizzato e approfondito in tre percorsi tematici: **scelte coraggiose, cambi di prospettiva e (dis)intermediazione**.



## ***Matteo Caccia, Luca Vergano, Erik Kessels, Massimo Recalcati raccontano le decisioni scomode***

Al centro del primo percorso le **scelte coraggiose** che brand e creativi devono necessariamente fare per continuare a essere rilevanti per il proprio pubblico.

A raccontarle saranno il conduttore e scrittore **Matteo Caccia**, co-fondatore di brandstories, che si concentrerà sul rapporto tra vulnerabilità e coraggio; **Luca Vergano**, VP, Strategist di Elephant NY, che presenterà la scomodità come strategia vincente; l'artista-pubblicitario **Erik Kessels**, che spiegherà il ruolo chiave del nonsense per catturare l'attenzione; lo psicoanalista **Massimo Recalcati** che, nell'intervento a cura del media partner Youmark, analizzerà il rapporto tra desiderio, regole e creatività.

Il direttore di Wired **Federico Ferrazza** e il direttore di Fanpage.it **Francesco Piccinini** approfondiranno le scelte coraggiose a cui l'editoria è chiamata in termini di linguaggi e formati, mentre direttamente dalla croisette, **Fiorenza Plinio**, Head of Creative Excellence del Festival della Creatività di Cannes, racconterà i casi di brand che sono passati dalla semplice "purpose" valoriale all'azione su temi dal forte impatto sociale e civile.

Riflettori puntati anche sull'inclusività della diversity, con la presentazione di **Cast the Inclusion**. Il progetto riunisce le principali associazioni di categoria – UNA, ADCI, AIR3, CPA – per riformare le regole dei casting affinché la pubblicità abbandoni gli stereotipi e promuova cambiamenti costruttivi. Inoltre, il Marketing Director di Google **Vincenzo Riili** porrà l'accento sull'inclusività applicata al digital advertising.

Inoltre, con il recordman italiano di apnea **Homar Leuci**, intervistato da **Laura Corbetta**, CEO e Founder di YAM112003, si parlerà anche di predisposizione mentale per intraprendere scelte coraggiose.

## ***Cambi di prospettiva insieme a Google, YouTube, Università IULM, Amelia Hartley e Operà Music***

L'esigenza di cambiare la propria visione alla base di una comunicazione potente ed efficace è l'anima del secondo percorso. Daranno voce a questa necessità **Stefania Romenti** – Ph. D, Professore di Strategic communication presso l'Università IULM di Milano e Adjunct Professor alla IE Business School di Madrid – che si concentrerà sulla corporate communication e **Roya Zeitoune**, YouTube Culture & Trends Lead EMEA, che sottolineerà il ruolo cruciale di YouTube nella nascita delle odierne tendenze comunicative di oggi.

Il social entertainment di TikTok sarà protagonista di un approfondimento a cura di **Wavemaker** e, insieme ai nuovi teen e al loro linguaggio, di un incontro con il General Manager di Tweenkle **Alessandro Innocenti**, mentre la ricercatrice di Nextatlas **Elena Marinoni** passerà in rassegna le tendenze legate alla Generazione Z.

Il percorso tematico affronterà anche le opportunità e le criticità dei big data con uno scambio di vedute tra **Catarina Sismeiro**, Managing Director Annalect-Omnicom Media Group, e **Gianpiero Zannier**, Group Marketing & Customer Director Reale Mutua.



**Isabella Vallini**, COO Live Communication Gattinoni, e **Marianna Ghirlanda**, CEO DLV BBDO, metteranno a confronto live communication e pubblicità classica in un incontro moderato da **Salvatore Sagone**, mentre **Paola Marazzini**, Director Agency and Strategic Partnerships di Google, racconterà del passaggio da esclusivo a inclusivo dei brand della moda.

Infine, **Francesco Menegat**, Music Consultant della powerhouse di produzione Operà Music, modererà l'IF! Talk con protagonista **Amelia Hartley** (Head of Music, Endemol Shine UK), che esplorerà la costruzione acustica dell'universo scomodo di *Black Mirror: Bandersnatch*.

### ***Enrico Mentana, Roberto Bagatti e Linus raccontano la (dis)intermediazione***

Alla disintermediazione come effetto della digitalizzazione è dedicato il terzo percorso di IF! Italians Festival.

In una masterclass moderata da **Ludovica Federighi** (Head of FUSE-Omnicom Media Group), il giornalista **Enrico Mentana** spiegherà come sia rimasto, pur senza rinunciare alla sperimentazione di strade e linguaggi nuovi, un punto di riferimento della narrazione della politica e del costume. A seguire, **Roberto Bagatti** (Chief of brand & Creative RAI) parlerà con i Presidenti di UNA e ADCl **Emanuele Nenna** e **Vicky Gitto** del grande lavoro dietro al rebranding di RAI, che culmina con la riprogettazione di RaiPlay.

Il celebre speaker di Radio DeeJay e direttore artistico di DeeJay TV **Linus** vestirà i panni dell'intervistato per il format "10 domande scomode a..." moderato da Davide Boscacci del Comitato Organizzatore di IF!. Il direttore creativo **Javier Campopiano**, Chief Creative Officer di Grey Europe, si concentrerà sul ruolo cruciale di agenzie veramente creative, mentre le nuove forme comunicative, come lo smartcasting, saranno al centro di un incontro con **Vito Lo Mele**, co-founder della società di "smart content for smart speakers" SOLO e i giornalisti **Matteo Bordone** e **Marina Pierri**.

Lo scrittore e discografico **Antonio Dikele Distefano**, la manager discografica di Big Picture Mgmt **Paola Zukar** e **David Fischer**, founder di Blue Joint Film e Red Joint Film, saranno ospiti della roundtable *La scomodità come chiave del branded content* moderata da Alessandra Lanza, Direttore Generale di IF!.

### ***Da Valentina Ricci a Nino Frassica, passando per Facebook Italy e NABA, Nuova Accademia di Belle Arti***

Il programma di IF! 2019 prosegue con numerosi altri appuntamenti e approfondimenti. Il tema del branded content sulla tv generalista verrà affrontato in una roundtable a cura di Brand News con **Fabiana Scavolini** (Amministratore delegato di Scavolini) e **Stefania Savona** (Direttore comunicazione e marca di Leroy Merlin Italia), mentre lo sceneggiatore e regista **Maurizio Nichetti** e il fondatore del gruppo editoriale Oltre la media Group **Giampaolo Rossi** si siederanno sul "letto del fachiro" per stimolare parlare di scomodità come modo per trovare punti di vista nuovi.

Di storytelling femminile del sesso parlerà **Valentina Ricci**, "La Vale" di Radio DeeJay e autrice del romanzo *Le posizioni dell'amore*, mentre l'attore **Nino Frassica** sarà protagonista di un "confronto



scomodo” con **Sergio Spaccavento**, autore radiofonico e televisivo ed ECD di Conversion, scandito dai jingle live della cantautrice **Roberta Carrieri**.

La fusione di creatività e tecnologia sarà il tema del talk a cura di **Facebook Italy Pushing creative boundaries**, mentre i docenti di **NABA, Nuova Accademia di Belle Arti**, insieme al Presidente LILA **Matteo Giannelli** spiegheranno come formare i talenti creativi di domani attraverso percorsi didattici innovativi.

### ***Rovesciamento dei canoni tradizionali e sfide a colpi di creatività con uno sguardo all'Olanda***

In agenda anche numerosi altri format, tra cui il **Controcolloquio** e la **Directors' Battle**. Il primo, moderato dal Senior Creative di The&Partnership Italia **Roberto Ottolino**, rovescerà ironicamente i canoni del classico colloquio di lavoro, invitando una coppia creativa ad “assumere” il proprio capo, scegliendo tra tre affermati direttori creativi. In occasione del secondo, **Karim Bartoletti**, parte del comitato organizzatore di IF! e consigliere ADCl e CPA, coinvolgerà in una “battaglia” a colpi di creatività i registi **Cinzia Pedrizzetti, Igor Borghi e Willem Gerritsen**.

La creatività olandese non sarà rappresentata solo dai già citati Erik Kessels e da Willem Garritsen della casa di produzione CZAR. Il **Focus on** dell'edizione 2019 è infatti completamente dedicato all'Olanda: Marijn Roozmond, Strategist Music & Brands dell'agenzia musicale **MassiveMusic Amsterdam**, “alzerà il volume” per parlare del ruolo da protagonista della musica nella pubblicità, mentre a Nick Bailey, Creative Partner & CEO di futurefactor, nominato da Adweek nel 2011 tra i dieci migliori creativi al mondo nel digital advertising, è affidato l'IF! Talk sulla brand reputation *Give people what they need, not what they want*.

*“Come ogni anno siamo sempre più orgogliosi di vedere il forte coinvolgimento delle aziende partner nella realizzazione di questo evento che, edizione dopo edizione, cresce e crea aspettative sempre più alte. Giunti ormai al sesto anno, siamo entusiasti di vedere come tutti coloro che abbiamo coinvolto – speaker, brand, aziende, agenzie – non si siano tirati indietro all'appello di mettersi scomodi e come questa scomodità abbia generato contenuti inediti e davvero interessanti”* ha dichiarato **Marianna Ghirlanda, CEO DLV BBDO, membro del Comitato organizzatore di IF! Italians Festival e Responsabile del Centro Studi UNA**.

### ***Spazio anche alla formazione dei talenti di domani e dei creativi di oggi***

Non solo interviste, talk e incontri: la sesta edizione di IF! Italians Festival si contraddistingue anche per un esclusivo **programma formativo** rivolto a professionisti e studenti. Dalle certificazioni di **Google** alle chiacchierate con **La Pina** di Radio DeeJay, passando per il potere dei dati al servizio della creatività e ai dos and dont's dell'influencer marketing: l'elenco completo dei seminari interattivi, dei workshop, dei talking breakfast e lunch, dei corsi è disponibile online all'indirizzo <https://2019.italiansfestival.it/workshop/>

*“Per il sesto anno consecutivo, siamo al fianco di ADCl e UNA per il Festival Italiano della Creatività. L'intuizione di sei anni fa è cresciuta nel tempo e si è innovata costantemente, affinché IF! possa essere un momento cruciale di condivisione e di ispirazione per creativi, partner, agenzie, clienti e tutti coloro che si occupano di creatività. Il tema di quest'anno*



*#MetteteviScomodi interpreta perfettamente questo momento storico, fatto di continue scelte tra molteplici opportunità e continui cambi di prospettiva e siamo orgogliosi di esserne parte”* dichiara **Paola Marazzini, Director Agency e Strategic Partnership Google per l’Italia.**

### **Scenografie dipinte a mano, borracce e compensazione delle emissioni: l’impegno di IF! Italians Festival verso la sostenibilità**

Altra novità dell’edizione 2019 di IF! Italians Festival è la volontà di iniziare un percorso verso la sostenibilità. Quest’anno, infatti, sono state fatte scelte “scomode” che hanno permesso all’organizzazione di iniziare a implementare un approccio più sostenibile all’evento. A partire dalla scenografia, curata con **Daniele Borin**, per cui sono stati selezionati materiali riciclabili, fino alla scelta di abolire quasi del tutto le stampe, sostituite dalla pittura a mano. Una scelta che guarda non solo all’impiego di materiali più sostenibili, ma anche al completo riciclo in fase di disallestimento.

Altra attività che verrà introdotta durante il Festival è l’utilizzo di borracce che potranno essere acquistate direttamente presso BASE Milano e consentiranno il refill d’acqua **gratuito e senza limiti** grazie all’impegno dell’hub creativo a disincentivare l’utilizzo di bottiglie di plastica.

Infine, quest’anno IF! Italians Festival ha attivato una collaborazione con **Lifegate**, aderendo al progetto **Impatto Zero®** per compensare le emissioni di CO2 generate dall’edizione 2019 con azioni di tutela e sviluppo di oltre 16.000 mq di foresta in crescita in Costa Rica.

Inoltre, venerdì 8 il CEO di Lifegate Italia **Enea Roveda** e il Presidente di Earth Day Italia **Pierluigi Sassi** approfondiranno in un panel i modi in cui i brand possono concretamente contribuire a salvare il pianeta.

*“Siamo orgogliosi di compiere questo importante passo verso la sostenibilità, direttrice lungo cui anche la creatività e le sue manifestazioni devono muoversi per calarsi con coscienza nella contemporaneità e, di conseguenza, aprirsi al futuro. Ci auguriamo che l’approccio di IF! Italians Festival sia un prezioso spunto di riflessione anche in questo senso”* commenta **Alessandra Lanza, Direttore Generale di IF! Italians Festival.**

### **Scomodità in versione multisoggetto: la campagna creativa di IF! Italians Festival**

Anche quest’anno a supporto di IF! Italians Festival non poteva mancare una campagna creativa declinata sui fronti stampa e video. Con bici senza sellino, sedie traballanti, indumenti stretti e fastidiosi, schizzi di colore a contrasto, la multisoggetto interpreta visivamente il tema dell’edizione 2019 *#MetteteviScomodi* con tre concept – [Vernice](#), [Vestiti](#), [Bicicletta](#) – diversi sia per stile che per fotografo dietro l’obiettivo - rispettivamente Bruna Rotunno, Riccardo Bagnoli, Mario Ermoli - ma che insieme, preferendo una narrazione frammentata a un percorso lineare e omogeneo, arrivano a spiazzare lo spettatore all’insegna dello spirito “scomodo” del Festival.

La direzione creativa è firmata da Karim Bartoletti e Francesco Guerrera, che hanno lavorato in stretta collaborazione con i technical partner **Mandala Creative Productions** – che ha anche messo a disposizione il suo team di fotografi e videomaker – **Proxima Milano** e **Adesiva Discografica**, che hanno fornito preziosissimo supporto tecnico in fase di post-produzione e per



quanto riguarda le musiche originali. La campagna è on air da **mercoledì 30 ottobre** sulle reti di Grandi Stazioni Retail e Telesia su tutto il territorio nazionale. La versione da 10" degli spot sarà proiettata sui maxiled di otto stazioni italiane di primaria importanza per flusso di viaggiatori - Milano Centrale, Roma Termini, Roma Tiburtina, Napoli, Venezia Santa Lucia, Bologna Centrale, Torino e Firenze - per un totale di 427 passaggi al giorno, mentre il cut da 15" conterà 73 passaggi giornalieri su Telesia Metro Milano e 75 passaggi quotidiani su Telesia Bus Milano.

*"Oggi più che mai la creatività è fattore determinante per qualsiasi progetto di business, sviluppo o innovazione"* commenta **Vicky Gitto, Presidente dell'ADCI Art Directors Club Italiano**. *"Un vero e proprio boost che è in grado di generare valore e vantaggio competitivo per quelle aziende che sanno integrare e dare l'adeguato primato e centralità alle idee, anche nei processi più complicati. E gli ADCI Awards, il più ambito premio italiano per la creatività e la qualità nella comunicazione pubblicitaria, che abbiamo deciso di portare ad IF! Italians Festival, saranno un'occasione imperdibile vivere in un'unica serata il meglio della creatività nelle sue varie declinazioni".*

### **Credits campagna creativa IF! Italians Festival 2019**

Soggetto: "**Vernice**"

Direzione creativa: Karim Bartoletti e Francesco Guerrera

Cdp: Mandala Creative Productions

Photographer: Bruna Rotunno

Video Maker: Francesco Petitti

Hair&make up: Nicoletta Causa

Stylist: Paola Tamburelli

Post production artist: Nora Suardi

Location: Milano Studio Digital

Post-production: Proxima Milano

Producer: Daniele Biglia

Colorist: Davide Lo Vetro

Online: Amin Ali

Musica: brano originale di Paolo Iafelice

Studio: Adesiva Discografica, Milano

Soggetto: "**Vestiti**"

Direzione creativa: Karim Bartoletti e Francesco Guerrera

Cdp: Mandala Creative Productions

Photographer: Riccardo Bagnoli

Video maker Francesco Petitti

Hair&make up: Bianca Bagnoli

Post productions artist: White Rabbit Lab

Location: Milano Studio Digital

Post-production: Proxima Milano

Producer: Daniele Biglia

Colorist: Davide Lo Vetro

Online: Amin Ali

Musica: brano originale di Paolo Iafelice

Studio: Adesiva Discografica, Milano



Soggetto: “**Bicicletta**”

Direzione creativa: Karim Bartoletti e Francesco Guerrera

Cdp: Mandala Creative Productions

Photographer: Mario Ermoli

Video maker: Niccolò Valentino

Post production artist: White Rabbit Lab

Location: Milano Studio Digital

Post-production: Proxima Milano

Producer: Daniele Biglia

Colorist: Davide Lo Vetro

Online: Amin Ali

Musica: brano originale di Paolo Iafelice

Studio: Adesiva Discografica, Milano

I **3 Days Pass** e **1 Day Pass** per partecipare a IF! sono in vendita qui rispettivamente al prezzo di 90,00€ (+d.p.) e 50,00€ (+d.p.): <https://2019.italiansfestival.it/tickets/>

Per seguire IF! 2019 sui canali digital:

- Sito web: [www.italiansfestival.it](http://www.italiansfestival.it)
- Facebook: [www.facebook.com/IFItaliansFestival](http://www.facebook.com/IFItaliansFestival)
- Instagram <https://instagram.com/italiansfestival>
- LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/if-italians-festival/>
- Twitter: <https://twitter.com/IFItaliansFest>
- YouTube: <https://www.youtube.com/italiansfestival>

## **6° edizione IF! ITALIANS FESTIVAL**

7-8-9 novembre 2019

**Promoted by** ADCI – Art Directors Club Italiano e UNA – Aziende della Comunicazione Unite.

**Main Partner:** Google

**Content Partner:** Buddy Film, CPA – Case di Produzione Associate, Depositphotos, Gattinoni, Grandi Stazioni Retail, Into the Now, Lavazza, NABA, Nuova Accademia di Belle Arti, Omnicom Media Group Italy, Operà Music, PHD Italia, RAI, Reale Mutua, Shutterstock, Teads, Tradelab, True Company, Wavemaker, YAM112003, YouTube.

**Cultural Partner:** Ai-Associazione Autori di Immagini, BASE Milano, Lifegate, OBE-Osservatorio Branded Entertainment, Wired.

**Technical Partner:** Adesiva Discografica, Birrificio Angelo Poretti, cube3, eccetera, Extra, Gift Campaign, Hotwire, JM Studio, Mandala Creative Productions, MH, MMS, Incentive Promomedia, Proxima Milano, SharingBox, SilentSystem, SUPERBELLO, Trees Home, Zerobriciole, We Are Social.

**Media Partner:** ADC Group, Brand News, C41 Magazine, Daily Magazine, Daily Media, Daily Net, Dailyonline, Fanpage, Ideeideas, Marketing Mreza, PublicomNow, Spot and Web, Telesia, Touchpoint Oltre La Media Group, Uomini&Donne della Comunicazione, Youmark.

## **Organigramma IF! 2019**

Comitato Organizzatore: Alessandra Lanza (Direttore Generale), Davide Boscacci, Stefano Capraro, Marianna Ghirlanda, Carla Leveratto, Karim Bartoletti.

Coordinamento Contenuti: Michele Boroni

Segreteria Organizzativa: Letizia Malatesta



Direttore di Produzione: Luana Aglieri  
Creative Producer: Roberta Di Gennaro  
Immagine Coordinata: Francesco Guerrera  
Sponsorship: Marcello Grieco, Lorenzo Paltenghi  
Coordinamento Ufficio Comunicazione: Alessandro Turchi  
Coordinamento Comunicazione digital e social: Giulia Ciavarelli  
Ufficio Stampa: Hotwire  
Comunicazione digital e social: We Are Social

**Per ulteriori informazioni:**

**Ufficio Stampa IF! ITALIANS FESTIVAL**

Alessandro Turchi – [alessandro.turchi@thebignow.it](mailto:alessandro.turchi@thebignow.it)

+39 347 2794667

Hotwire – [pressIF@hotwireglobal.com](mailto:pressIF@hotwireglobal.com)

+39 02-36643650