

Francesco Gallucci – Ito1 lab

Presidente e fondatore di *Ito1 lab*, società di ricerca e di consulenza che opera nell'ambito del marketing emozionale, ha sviluppato innovativi strumenti (*biofeedback eye-tracking*, *neuroimaging*), per analizzare gli effetti delle emozioni sui comportamenti e sui processi decisionali dei consumatori. E' docente di Marketing Industriale al Politecnico di Milano e di Sociologia della comunicazione al Politecnico di Torino. Autore di *Marketing emozionale* (2005) e di *Marketing dei luoghi e delle emozioni* (2008).

Andrea Moretti – Università di Udine

Ordinario di Economia e gestione delle imprese, direttore del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Udine e dell'Osservatorio dello Spettacolo e della Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia, è stato tra i fondatori del Corso di Laurea in Economia e gestione delle arti e delle attività culturali dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Tra i suoi ambiti di ricerca ha un ruolo di primo piano l'economia delle organizzazioni artistico-culturali.

Mario de Vivo – OVS Industry

Come Direttore Marketing, ha guidato il rilancio di *OVS Industry*, la più grande insegna italiana dell'abbigliamento. Ha preso così avvio il progetto dei nuovi Concept Store. Pareti di mattoni, acciaio satinato, ferro, pavimento scuro che ricorda l'ardesia, soffitti alti con tubi a vista: il negozio riprende gli elementi tipici del loft metropolitano di Lower Manhattan. Una storia di stile e di colore, ricca di sorprese e di emozioni, in coerenza con la nuova immagine del brand.

Giuseppe Pittino – Sintesi Pubblicità e Comunicazione

Direttore servizio clienti dell'agenzia Sintesi, ha promosso recentemente innovativi progetti di co-branding, per valorizzare l'immagine del distretto del coltello di Maniago. "Un'intesa perfetta", "Bianco & Bianchi", "Diletti perfetti", "La BarcoLama": ogni iniziativa è pensata come un omaggio delle migliori coltellerie italiane alle specialità gastronomiche e ai prodotti più esclusivi e gustosi del Friuli Venezia Giulia.

Tomas Barazza – Log607

General Manager di *Log607*, agenzia specializzata nella creazione di campagne cross-mediali, capaci di integrare in un unico sistema web, instant messaging, e-mail, stampa, produzioni audio-video, libri, performance dal vivo. Sono nati così i primi *urban game*, che trasformano la visita allo spazio cittadino (Venezia, Firenze, Roma, Verona) in un'inedita forma di marketing esperienziale, finalizzata alla promozione del territorio.

Gabriele Qualizza – Università di Udine

Docente a contratto di Economia e gestione della marca presso il corso di laurea specialistica in Relazioni Pubbliche d'Impresa, sede di Gorizia. Redattore di *Brandforum.it*, osservatorio sul mondo delle marche, svolge attività di ricerca, consulenza e formazione sui processi di branding e sul visual merchandising. Ha pubblicato *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti* (2006).