

Home > Beyond

'The HeadLiners' sbarca a Napoli

17/2/2012

Un'altra tappa importante si aggiunge nel tour di presentazione del libro scritto da Pasquale Diaferia e pubblicato da Adc Group. Si tratta de La Feltrinelli di Piazza dei Martiri di Napoli, dove Luca Scotto di Carlo, executive creative director/partner M&C SAATCHI; Maturizio Maresca (past CEO in Arnold Worldwide Italy); Edoardo Loster senior copywriter S&S, Biagio Vanacore Presidente TP, coordinati da G.Ruocco, hanno dato vita a un vivace dibattito su quello che c'è dietro il mestiere del copy e un prodotto pubblicitario.

Dopo essere stato presentato in tutto lo stivale 'The HeadLiners' il libro scritto da Pasquale Diaferia e pubblicato da Adc Group (leggi news) è atterrato a Napoli.



Tre gli headliners partenopei che hanno dato vita al momento della presentazione presso la Feltrinelli di Piazza dei Martiri: Luca Scotto di Carlo, executive creative director/partner M&C SAATCHI; Maurizio Maresca che ha tra i suoi ultimi incarichi quello di CEO in

Arnold Worldwide Italy; ed Edoardo Loster senior copywriter presso Saatchi & Saatchi.

Insieme all'autore ha aperto la presentazione Biagio Vanacore Presidente dell'Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti TP ed ha moderato gli interventi il coordinatore TP della Regione Campania, Gianluca Ruocco.

Alla presentazione ha partecipato un pubblico interessato e curioso a comprendere cosa c'è dietro la realizzazione di un prodotto pubblicitario professionale e attento a capire quanto sia determinante nella realizzazione di un annuncio il ruolo dello scrittore di titoli: l'headliner.



I relatori hanno davvero arricchito il pubblico con i loro interventi: Luca Scotto di Carlo si è soffermato sul significato, peso e valore di ogni parola che si scrive e su come la professione del copywriter sia

cambiata nel tempo. Ha raccontato come ha iniziato questo mestiere partendo dalla sua passione per il disegno e di quanto la musica, fondamentale nella sua vita e nella sua formazione, sia importante per lo scrivere.

Maurizio Maresca ha raccontato il suo "metodo Maresca", la sua lotta con il foglio bianco, la sua copy mai nata: "non si dice sono sano come una mucca" e di quanto ama scrivere, " purtroppo - dice - "più si assumono incarichi di responsabilità più ci si allontana da quella professione che avevi scelto per passione".

Infine Edoardo Loster, il più giovane, ma di certo non da meno per professionalità. Il suo intervento intenso ed emozionante per l'acume nel raccontare cosa c'è dietro alla creazione di un prodotto pubblicitario, per l'invito alla leggerezza e a coltivare il dubbio. Loster, ha spiegato la viva e sinergica partecipazione del team nella creazione del concept e la reale e imprescindibile interazione con la realtà da rappresentare. Infine alla domanda del pubblico se siano superiori le immagini alle parole, in maniera brillante ha risposto che per dire qualcosa d'importante non possiamo che cercare le parole giuste. Sono le parole ad essere ricordate per sempre.

Si sono poi alternate domande del numeroso pubblico, aneddoti personali, battute, riflessioni importanti e utili insegnamenti. Gli ingredienti c'erano tutti, e come un buon piatto napoletano, l'unicità del suo sapore è data dalla passione che tutti i relatori presenti mettono quotidianamente nel proprio lavoro. Incontrarsi a Napoli, per dare ancora più valore alla sfida lanciata da Pasquale Diaferia con il suo lavoro e da ADC Group che ha creduto nel progetto, ne è la testimonianza.

Gianluca Ruocco

Altre nella sezione

- 16/2/2012 17:26 Disegna il futuro di Toremar e Toremar disegnerà il tuo
16/2/2012 15:59 L'ontano nero. Passione e morte di un eretico medioevale
15/2/2012 12:40 Direct Line lancia il concorso 'Play the Jingle' su Radio Deejay
14/2/2012 19:20 Vodafone lancia il laboratorio sperimentale Open
14/2/2012 17:40 Centostazioni: copiacincola da un volto a Formula T
Altre Notizie

Il nuovo libro di ADC



di Pasquale Diaferia

