

INSIDE RTB

I 'Leoni' della pubblicità al Communication Day

Il 6 marzo saranno proiettati gli spot vincitori a Cannes



PUBBLICITÀ A TARGA Luca Targa è responsabile creativo e strategico dell'agenzia InnoLab

INSIDE RTB

Il segreto di Targa: «Si deve offrire un servizio che realizzi i bi-sogni»

NON SI PUÒ PIÙ VENDERE solo un prodotto. Si deve offrire un servizio, un'esperienza unica che realizzi le nuove esigenze delle persone, i loro bi-sogni. Ne è convinto Luca Targa, Cco (Chief executive officer) e responsabile strategico e creativo della società InnoLab, agenzia di comunicazione e pubblicità di Firenze.

Publicistissimo professionista, Targa ha una lunga e importante esperienza nel settore della comunicazione creativa stata concentrata in comunicazione e marketing a servizio per importanti imprese del Tirreno, dirigendo marketing e comunicazione dal 1981 al 1999 per importanti gruppi della distribuzione alimentare nonché direttore marketing a livello nazionale di una diffusa catena di negozi per la pulizia della casa e igiene della persona. Luca Targa ha inoltre ricoperto il Master in Business & Communication alla Bocconi. Ha ricoperto il suo contributo alle pubblicazioni di *Edoardo Sbaldaia* nel tema del *rebranding* del gruppo *veolia* e di *Chiara Marzi* sulla *reclamping* delle operazioni a prezzi e del *costo*.

Nel 1999 ha rilevato InnoLab, agenzia di comunicazione per le imprese, portandola ad ottenere in breve tempo importanti successi e grossi nazionali (tra di questi, nel 2007). InnoLab ha operato oggi in molteplici settori, spaziando dal farmaceutico, al commerciale, mercantile, istituzionale, fino ad arrivare a quello turistico e culturale. Ha un organico di validi e qualificati professionisti e lavora per molte aziende e istituzioni.

ECCELLERE non basta quando si può essere unici? È questo il titolo della quinta edizione del Communication Day che si svolgerà il prossimo 6 marzo al Grand Hotelson City di Firenze.

Fuori dal consueto delle presentazioni a griglia perché al vertice delle istituzioni pubbliche e locali, le istituzioni di categoria TP (Associazione italiana pubblicitari professionisti) e Unione Unione (unione di comunicazione, Università e Gruppo giovani imprenditori di Confindustria Firenze) e con il contributo di numerosi sponsor locali, l'agenzia di comunicazione InnoLab, rappresentata da Luca Targa, Chief executive officer e responsabile strategico, vuole conve-

nto a incontrare al pubblico come il nazionale dietro ai processi apparentemente semplici della comunicazione ma in senso lato della pubblicità alla comunicazione pub-

blica, dell'attività strategica e creativa delle

parole e quelle altrettanto indispensabile delle immagini.

Nel corso degli anni è venuto il concetto di come

avere un'agenzia che

senza tentare di porre le proprie idee imprenditoriali, ma professionisti, creativi e studiosi.

La iniziativa è articolata in due diverse momenti: una tavola rotonda post-dinner (ore 14.30), introdotta dall'assessore alle attività produttive del Comune Aldo Mondadori, con un percorso di salotto provenienti dal mondo imprenditoriale, della comunicazione creativa ed istituzionale e la proiezione finale (ore 21.00) degli spot vincitori all'ultima edizione del festival della Pubblicità di Cannes, che vedrà la partecipazione dell'assessore alla cultura del Comune, Massimo Marini.

«Anche quest'anno» - spiega Luca Targa - «avremo l'onore di avere tra noi importanti rappresentanti del mondo della comunicazione del passato nazionale: Daniele Mondadori, Luca di Biunno e Casini per l'istituto, amministratore delegato di AdmCom, Lorenzo Marini, presidente e direttore creativo dell'agenzia di pubblicità Lorenzo Marini e amico di Luca Targa a Cannes per Agenci e invitato onore di questo Key Award, Enrico Pini, presidente Nazionale TP, autore di saggi e studi di strategia, marketing, massa contemporanea, presidente AdmCom;

Lorenzo Inverso, presidente Unione, Andrea Rigoni, amministratore delegato della Wagon di Arago, Alberto InnoLab nella produzione di materiale

te e prodotti fotografici e

discutare sulla produzione

non InnoLab - spiega

Targa - «Verranno aperte

senza, studenti l'idea che quel prodotto

offerto, approssimativo

solito ad altri prodotti

di altri competitor, in

modo da un valore aggiunto

irrinunciabile. Per arrivare a questa

risultato servono comunicazioni

di altri esperti e non improvvisare.

La proiezione del Festival Spot

premio, come detto, alle 21, rappresenta

una opportunità ineguagliabile per

scoprire l'efficienza mondiale della

comunicazione creativa.

Gli spot pubblicitari vincitori della

stagione pubblicitaria italiana del

Leoni di Cannes, il più importante

eventualmente premiati vengono

ogni anno ai migliori creativi del

mondo, saranno proiettati nella sala

ma non solo che ospita il convegno

premiato.

Questo permette a tutti gli imprenditori,

studiosi ed appassionati di commu-

nicazione creativa, per accedere alla

promozione degli spot più brillanti

e dei più famosi creativi a livello

internazionale, presenti in questa

stagione. Approssimativo quindi al

Communication Day il 6 marzo prossimo

per una dimensione internazionale

che diventerà, nel suo, approssimativo

e creativo mondo della comunicazione.

Per informazioni: www.comunicazioneinno.com

www.eventitagpa.com