



If! Italians Festival presenta la sua quinta edizione sulla Croisette



di Andrea Crocioni

Nella giornata di ieri, la Google Beach ha accolto la comunità creativa italiana presente a Cannes in occasione della presentazione ufficiale della quinta edizione di IF! Italians Festival, la tre giorni internazionale dedicata alla creatività che dal 2014 grazie ad Adci, Assocom e Google (main partner) coinvolge e mette in relazione migliaia di professionisti del mondo della comunicazione. L'evento, che tornerà a Milano dall'8 al 10 novembre, quest'anno lascia il **TeatroParenti** per accasarsi al BASE.

“Non si tratta di un semplice cambio di location – ha sottolineato il presidente Assocom e membro del comitato organizzatore, Emanuele Nenna -. Questo è il segnale di una voglia di cambiare passo. Abbiamo scelto uno spazio che si sta trasformando in un polo di attrazione culturale per la città di Milano. Abbiamo richiesto un maggiore commitment da parte del Comune che a sua volta ci ha chiesto di far crescere la manifestazione facendola diventare sempre più attrattiva per un pubblico internazionale. Per questo nel 2018 ci sarà un percorso ad hoc, con la presenza di importanti personalità di grande richiamo e con una serie di appuntamenti esclusivamente in lingua inglese. Oltre a questo vogliamo mantenere un focus importante sulle aziende, sempre più ‘partner’ del festival, con progetti di business e networking inseriti all’interno del palinsesto. Fra le novità di quest’anno un percorso dedicato agli studenti delle principali scuole di comunicazione”.

Anche quest’anno IF! continuerà a celebrare il valore della creatività e delle idee ponendo l’attenzione sulla straordinaria singolarità dell’ingegno umano, affrontando il tema ‘H.I – Human

Intelligence’.

“I processi mentali dell’essere umano sono ineguagliabili. Il cervello dell’uomo può immagazzinare fino a un petabyte – ha affermato Davide Boscacci, membro del comitato organizzatore -. Gli algoritmi sono delle sequenze lineari e la creatività è spesso un processo non lineare. In questo sta quella magia che rende le idee totalmente inaspettate. La tecnologia resta uno strumento fenomenale al servizio delle persone e del talento. È come una fantastica supercar, ma al volante dobbiamo esserci noi”.



IF! 2018 vuole rivolgere dunque uno sguardo orgoglioso all’intelligenza umana.

“Nell’epoca dei big data, la creatività è l’unico elemento non precalcolabile, è l’unica variabile che può far fare la differenza a un progetto”, ha aggiunto Vicky Gitto, presidente dell’Art Directors Club Italiano.

Nel suo intervento, Paola Marazzini, director Agency and Strategic Partnerships di Google, ha ripercorso i cinque anni di vita del Festival, ricordando le tappe fondamentali della manifestazione. “La creatività è l’anima che dà vita alla tecnologia”, ha ricordato la manager.

E ha aggiunto: “Quella fra Intelligenza Artificiale e creativi è una storia ancora tutta da scrivere. Ai Cannes Lions abbiamo annunciato importanti novità a supporto della creatività su YouTube e le enormi possibilità espressive che la realtà aumentata apre per il settore. A IF! avremo ospiti internazionali, case history e molte occasioni per discutere la nostra visione del futuro, convinti che la tecnologia continui a rappresentare un elemento fondamentale per accelerare e amplificare la creatività”.

Del Comitato Organizzatore di IF! fanno parte Alessandra Lanza (direttore esecutivo), Emanuele Nenna, Nicola Lampugnani, Davide Boscacci, Stefano Capraro e Marianna Ghirlanda.

Vicky Gitto: “Per l’Italia un Festival di Cannes oltre ogni aspettativa”

“Stiamo vivendo un Cannes Lions 2018 che va oltre le aspettative”: così il presidente dell’Adci Vicky Gitto, intervistato a margine dell’evento di presentazione di If! Italians Festival, ha commentato i risultati ottenuti dalle agenzie italiane al Festival Internazionale della Creatività.

“Veniamo da un anno segnato da tanti cambiamenti sia a livello internazionale sia locale. In questi mesi c’è stata l’uscita dai network di molti direttori creativi di peso in Italia. A questo si aggiunge l’annuncio del Gruppo Publicis che, in occasione della scorsa edizione del Festival, aveva dichiarato che per un anno non avrebbe iscritto ai premi. I presupposti dunque rendevano difficile pensare a un risultato tanto importante. Ci aspettavamo un anno di transizione... Alla vigilia l’auspicio era quello di replicare il già ottimo risultato dello scorso anno, con la consapevolezza che sarebbe stato difficile. Adesso stiamo addirittura superando il traguardo. Era difficile prevederlo. Paradossalmente un gruppo che non doveva esserci c’è, attraverso i clienti, e sta ottenendo grandi risultati. A questo, per contro, corrisponde il silenzio di altri gruppi che

invece avrebbero potuto esserci. Questo si è trasformato inaspettatamente in un Festival di Cannes importante per l'Italia. Colgo l'occasione per fare grandissimi complimenti alle 'squadre' che direttamente e indirettamente hanno contribuito a questo risultato".

Un pensiero particolare Gitto lo rivolge alle agenzie indipendenti italiane: "Hanno ottenuto diversi Leoni, centrando un obiettivo davvero importante". (A.Cr.)

[Clicca qui per tutti gli articoli relativi a Cannes Lions 2018](#)

