

# tiragraffi

non tutti i graffi vengono per nuocere  
il posto dove affilare gli artigli sul mondo della comunicazione

ADVERTISING ARTI E MESTIERI LAVORO MARKETING NUOVI MEDIA PROTAGONISTI SEGNALAZIONI

HOME » ADVERTISING » A SCUOLA DI ADVERTISING CON "NEUTRAL MINDS"

## A scuola di advertising con "Neutral Minds"

DI REDAZIONE TIRAGRAFFI · 16 LUGLIO 2011 · NESSUN COMMENTO · 16 VISTE  
SI PARLA DI NEUTRAL MINDS, NOW AVAILABLE · IN ADVERTISING, SEGNALAZIONI

E' entrata nel vivo la **scuola-laboratorio "Neutral Minds"** che l'agenzia di comunicazione **Now Available** ha organizzato **nel cuore delle Langhe** offrendo gratuitamente a 10 giovani talenti una settimana immersiva di **formazione e attività in team** per discutere, scoprire e sperimentare l'advertising del domani.

I protagonisti del Summer Lab (11-17 luglio) sono **5 ragazze** e **5 ragazzi**, provenienti da tutta Italia e selezionati tra circa 300 candidati che in queste settimane hanno inviato la propria candidatura, presentando un progetto creativo di "self branding", declinandolo su uno o più mezzi on e offline.

A supporto dell'evento, è online il blog [www.neutralminds.it](http://www.neutralminds.it) dove è possibile seguire e commentare i momenti salienti del Summer Lab, conoscere i 10 giovani talenti che vi partecipano e le "special guest" che incontreranno i ragazzi durante la settimana. Grandi artisti provenienti da altri "mondi creativi" come **Lucio Pellegrini**, affermato regista e sceneggiatore di cinema e tv, **Marcello Macchia** (alias **Maccio Capatonda**, il suo personaggio più conosciuto), uno degli autori più innovativi e geniali nel panorama comico italiano, l'animat(t)ore **Andy Ferrari**, docente di improvvisazione teatrale e scrittura creativa, e il professor **Semir Zecki**, docente di neurobiologia alla University College di Londra e padre fondatore della neuroestetica.

Con l'obiettivo di rendere concreta la loro esperienza, i dieci giovani talenti lavoreranno divisi in due team per realizzare un vero progetto di comunicazione, partendo da un brief reale fornito dal marketing manager di **Nescafé**, Carlo Oldani, "cliente" e partner del progetto.

