

ALBERTO DE MARTINI

profilo

Creativo di nascita, esordisce come copy in Armando Testa e prosegue come direttore creativo in Mc Cann Erickson.

A 28 anni, nel 1983, fonda la sua prima agenzia, con cui vince un Leone d'Argento al Festival di Cannes e realizza campagne iconiche per Vespa, Granturche, Cameo, Baci Perugina, Gazzetta dello Sport.

Nel 1990 apre, con lo chef Pietro Leemann, il Joia, primo e unico ristorante vegetariano stellato in Italia.

Nel 1995 fonda I-Team, la prima divisione Internet di un'agenzia di pubblicità in Italia.

Nel 1997, Vinoplease, la prima enoteca online in Italia.

Dal 2004 al 2019 è Ceo di Red Cell, gruppo WPP, dove, tra le altre, realizza le campagne di lancio di Sky Italia, Vodafone Italia e il riposizionamento di Misura e Unieuro.

Nel 2005 viene chiamato da Marchionne per creare la campagna Fiat che inaugura il suo mandato.

Nel 2019 fonda Conic, agenzia di comunicazione basata su un business model innovativo, che in poco tempo si afferma come una delle protagoniste del mercato pubblicitario italiano.

Nel 2021, con Michela Ballardini, apre Bico, la costola "social" di Conic.

Come docente:

- ha insegnato Tecniche di Creatività in Iulm dal 2017 al 2020;
- è lecturer al corso di Psicologia della Pubblicità all' Università Cattolica di Milano;
- è lecturer al Master Rcs Academy.

Come autore:

- ha pubblicato tre saggi sulla comunicazione, tra cui Brand Narrative Strategy, testo di riferimento per i professionisti del settore.
- assieme a Massimo Sebastiani di Ansa, è protagonista di una serie podcast, "L'impero dei segni", dedicata ai personaggi della politica, della cultura e dello spettacolo, analizzati dal punto di vista della comunicazione.

Paroliere per hobby, ha scritto nove canzoni per Mina.

Sportivo appassionato, è stato campione italiano di vela, nel 2002.