



Curriculum Vitae Europass

Informazioni personali

Cognome(i)/Nome(i) Gabardi Emanuele Carlo Maria

Indirizzo(i)

Telefono(i)

Fax

E-mail

Cittadinanza italiana

Data di nascita 21/02/1948

Sesso maschile

Occupazione desiderata/Settore professionale

Esperienza professionale

Date Da gennaio 2003

Lavoro o posizione ricoperti Consulente di strategie di comunicazione e docente a contratto presso atenei e scuole di formazione

Principali attività e responsabilità Insegnamento

Nome e indirizzo del datore di lavoro Docente a corsi, master e laborator presso i seguenti atenei:
- Bergamo (dall'AA. 2014-2015 a oggi),
- Bologna (A.A. 2008-9, 2009-10),
- Cattolica (A.A. 2004-5, 2005-6),
- Iulm (dall'A.A. 2005-6 a oggi),
- Luiss (2007-8),
- Milano Bicocca (dall'A.A. 2004-5 a oggi),
- Milano Statale (dall'AA. 2007-8 al 2010-11, dall'A.A. 2013-2014 al 2014-2015, 2016-2017),
- Modena e Reggio Emilia (A.A. 2003-4, 2004-5),
- Piemonte Orientale (dall'A.A. 2003-4 al 2009-10),
- Torino (A.A. 2005-6, dall'AA. 2011-12 a oggi),
- Verona (dall'A.A. 2007-8 al 2009-10).

- docenze di marketing e pubblicità presso varie scuole di formazione, tra le quali Accademia di Comunicazione, IED, Aforisma, Cesma, Istituto Design Palladio, Scuola di Palo Alto

Tipo di attività o settore Pubblicità, comunicazione pubblica, politica e sociale, marketing, eventi

Date Da gennaio 1971 a dicembre 2002

Lavoro o posizione ricoperti Da assistente media planner ad account executive, a client manager, a direttore del planning strategico

Principali attività e responsabilità Realizzazione di strategie di comunicazione, gestione dei clienti, coordinamento dei reparti interni dell'agenzia e dei collaboratori esterni

Nome e indirizzo del datore di lavoro Metropolis (1989-2002), Conquest Europe (1988.1989), J.Walter Thompson (1982-1987), McCann-Erickson Italiana/Universal McCann (1979-1981), Norman, Craig & Kummel (1977-1978), Polaroid Italia (1975-1976), P&T (1974-1975), Masius & D'Arcy McManus (1973-1974), Stile Advertising (1971-1972)

Tipo di attività o settore	Pubblicità			
Principali tematiche/competenze professionali possedute				
Nome e tipo d'organizzazione erogatrice dell'istruzione e formazione	Università degli Studi di Milano, Laurea in Lettere (110/110)			
Livello nella classificazione nazionale o internazionale	Facoltativo (v. istruzioni)			
Capacità e competenze personali				
Madrelingua(e)	italiano			
Altra(e) lingua(e)				
Autovalutazione				
Livello europeo (*)				
Inglese	B1	B2	C1	B2
Francese	B2	B2	B2	B1
(*) Quadro comune europeo di riferimento per le lingue				
Capacità e competenze sociali	Buono spirito di gruppo e ottima capacità di comunicazione, acquisite lavorando in aziende italiane e multinazionali, oltre che in aula			
Capacità e competenze organizzative	Buona attitudine alla gestione di gruppi, leadership, acquisite nell'attività professionale e in aula			
Capacità e competenze tecniche	Realizzazione di strategie di comunicazione e della gestione di campagne pubblicitarie e di eventi, acquisite lavorando presso agenzie di pubblicità			
Capacità e competenze informatiche	Buona conoscenza dei programmi Office (Word e Powerpoint)			
Capacità e competenze artistiche	Scrittura creativa (aforismi e racconti)			
Altre capacità e competenze				
Patente	B			
Ulteriori informazioni	Referenze a richiesta			
Allegati	Elenco pubblicazioni			

PUBBLICAZIONI

MONOGRAFIA

autore di *Stop Aids. I linguaggi della pubblicità contro l'Aids in Italia e nel mondo*, contenente una ricerca sui linguaggi della pubblicità per la prevenzione del virus Hiv, realizzata su un campione di 823 studenti universitari, Franco Angeli, Milano, 2017.

CURATELE, CAPITOLI SU LIBRI

curatore di *Il planning strategico in pubblicità*, FrancoAngeli, 2000, edizione italiana di *How to plan advertising* curata da Alan Cooper (autore dell'introduzione, del glossario, delle note per il lettore italiano e revisore della traduzione), pp. 17-23, 274-278.

curatore di *La visione strategica. Contributi e percorsi per incrementare l'efficacia della pubblicità*, FrancoAngeli, 2002 e autore dell'introduzione e del capitolo *Briefing e brief all'interno dell'agenzia*, pp. 15-19, 149-169.

autore di *Pubblicità*, in AA.VV., *Situazioni e tendenze della comunicazione istituzionale in Italia (2000-2004)*, Rapporto promosso dalla Università IULM di Milano, coordinato da Stefano Rolando, Dipartimento della Funzione Pubblica, 2005, pp. 125-132.

autore di *Le fasi di lavoro di una campagna* e *La strategia pubblicitaria*, in Mauro Ferraresi, Ariela Mortara, Guingo Sylwan, *Manuale di teorie e tecniche della pubblicità*, Carocci, Roma, 2007, con alcune integrazioni nell'edizione 2009, pp. 48-56, 175-205.

autore di *Pubblicità*, in Stefano Rolando (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica*, 3a edizione, Rizzoli Etas, Milano, 2011, pp. 383-393.

curatore, insieme a Federica Ferrari, di *La sfida della comunicazione. Guida pratica al planning della comunicazione*, Franco Angeli, Milano, 2012, edizione italiana di *The communications challenge. A practical guide to media neutral planning* curata da Julian Saunders (co-autore dell'introduzione e delle note per il lettore italiano e autore del caso *Giuliano Pisapia "La forza gentile"*), pp. 13-19, 206-210.

autore di *Le fasi di lavoro di una campagna* e *La strategia creativa*, in Mauro Ferraresi (a cura di), *Pubblicità: teorie e tecniche*, Carocci, Roma, 2017, pp. 82-91, 163-195.

Direttore della collana *Casi di Comunicazione*, FrancoAngeli:

1° volume *Bevande. Otto casi di campagne pubblicitarie di alcolici, succhi, latte, acqua e caffè*, 2005 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Interlat*), pp. 13-15, 93-108.

2° volume *Prodotti turistici. Otto casi di comunicazione turistica*, 2005 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Regione Calabria*) con postfazione del Prof. Niccolò Costa, pp. 13-16, 81-100.

3° volume *Comunicazione pubblica. Otto casi di comunicazione efficace della pubblica amministrazione*, 2005 (curatore e autore dell'introduzione) con prefazione del Prof. Stefano Rolando, pp. 19-22.

4° volume *Event marketing culturale. Nove casi di comunicazione di mostre, eventi e concerti*, 2007 (curatore e autore dell'introduzione) con postfazione della Prof.ssa Nicoletta Buratti, pp. 16-20.

5° volume *Comunicazione politica. Le primarie del 2005 e le politiche del 2006. Sette casi di comunicazione e marketing elettorale*, 2008 (curatore e autore dell'introduzione) con postfazione del Prof. Nicolò Addario, pp. 17-42.

6° volume *Food. Sette casi di comunicazione di marche alimentari*, 2010 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Fattoria Scaldasole*) con postfazione del Prof. Mauro Ferraresi, pp. 15-22, 65-80.

7° volume *Design stories. Cinque casi di aziende e una piattaforma di comunicazione*, a cura di Vittoria Morganti, 2011 (autore della prefazione), pp. 15-17.

8° volume *Regioni e province italiane. Sette casi di comunicazione turistica*, 2011 (curatore, autore dell'introduzione), con un'intervista al Prof. Alberto Abruzzese, pp. 15-21.

9° volume *Social advertising. Campagne pubblicitarie per un mondo migliore*, 2011 (curatore, autore dell'introduzione), con postfazione della Prof.ssa Ariela Mortara, pp. 15-22.

10° volume *La rivoluzione gentile. La campagna X Pisapia sindaco di Milano*, 2012 (curatore, autore dell'introduzione), con postfazione del Prof. Michele Sorice, pp. 17-36.

11° volume *Campagne 2012. Ventotto storie di comunicazione testimoni dei nostri giorni*, 2013 (curatore, autore dell'introduzione), pp. 21-24.

12° volume *Campagne 2013. Diciotto storie di comunicazione in un anno vissuto pericolosamente*, 2014 (curatore, autore dell'introduzione), con un saggio del Prof. Mauro Ferraresi, pp. 17-21.

13° volume *Musei di Torino. Nuovi modi di comunicare cultura e bellezza nella prima capitale d'Italia* (curatore e autore dell'introduzione insieme a Vittoria Morganti), 2015, con prefazione del Sindaco di Torino Piero Fassino e postfazione del Prof. Ugo Volli, pp. 15-19.

14° volume *Musei di Milano. Lo spettacolo della cultura e della bellezza al tempo di Expo*, 2015 (curatore e autore dell'introduzione insieme a Vittoria Morganti), con prefazione dell'Assessore alla Cultura di Milano Filippo Del Corno e postfazione del Prof. Stefano Rolando, pp. 17-20.

15° volume *Web Advertising. Campagne pubblicitarie che corrono online*, 2018 (curatore e autore dell'introduzione insieme a Vittoria Morganti), con prefazione della Prof.ssa Maria Angela Polesana, pp. 13-17.

ARTICOLI SU PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE SOTTOPOSTE A REFERAGGIO:

- Un brand di nome Obama, *Comunicazione Politica*, n° 2/2009, Anno X, pp. 297-306

- La cartellonistica dell'Udc nelle europee 2009 e nelle regionali 2010, *Comunicazione Politica*, n° 3/2010, Anno XI, pp. 435-454.

(La rivista quadrimestrale *Comunicazione Politica*, nota anche come *ComPol*, è nella classe A (Area 14) dell'Elenco Anvur delle Riviste Scientifiche).

ARTICOLI ALTRI

• Dall'aprile 2010 al settembre 2013 ha tenuto una rubrica sulla comunicazione pubblicitaria sul mensile *Adv Strategie di comunicazione*.

• Dal maggio 2010 al novembre 2012 ha tenuto una rubrica sulla comunicazione di brand sul mensile *Pubblicità Italia*.

• Articoli sul branding, la pubblicità e di costume sono stati pubblicati su *Pubblico*, *Media Key*, *Global*, *L'impresa di comunicazione*.

• Ideatore e conduttore, insieme a Vittoria Morganti della rubrica *Buzzy Seeds* sul suo sito di *Advertiser*.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali"