



**I media
cambiano,
le emozioni no.**

Giancarlo Sampietro
General Manager

KIWI

just fresh ideas

Dialing Progress



56K

MIC

SPK

HS

DTR

MR

PW



DISINTERMEDIAZIONE

“ Permette di svolgere autonomamente una serie di attività che di solito richiedono figure di mediazione, legate in particolar modo alla distribuzione e alla vendita di beni e servizi. “

THE NEXT ECONOMY, PAUL HAWKEN, 1983

**LA REINTERMEDIAZIONE:
FACCIAMO LE STESSHE COSE,
MA CON MODALITÀ DIFFERENTI.**

Viaggiare	→	Airbnb, Booking
Muoverci	→	Uber, Google Maps, Waze
Informarci	→	Google, Wikipedia, Facebook
Intrattenerci	→	YouTube, Netflix, Spotify
Chiacchierare	→	WhatsApp, Messenger
Connetterci	→	Facebook, Instagram, Tinder
Acquistare	→	Amazon, Ebay

GEN Z: Gli stessi bisogni, un nuovo modo di comportarsi.

65%

dichiara che i like e la popolarità del profilo sono importanti per la propria autostima.

60%

usa Instagram per sapere cosa fanno, dove sono e con chi sono i loro amici



RAGIONE O EMOZIONE? UNA RICERCA.

(Antonio Damasio, professore di neuroscienze at the University of Southern California - Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain)

RAGIONE O EMOZIONE? UNA RICERCA.

(Antonio Damasio, professore di neuroscienze at the University of Southern California - Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain)

RAGIONE O EMOZIONE? UNA RICERCA.

(Antonio Damasio, professore di neuroscienze at the University of Southern California - Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain)

A vintage convertible car is parked on a beach at sunset. The car's top is down, and a person is lying in the back seat, their head resting on the car's interior. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The ocean waves are visible in the background. The text "L'EMOZIONE DIVENTA STRATEGIA" is overlaid on the image in a bright green, outlined font.

**L'EMOZIONE DIVENTA
STRATEGIA**

A man and a woman are in a pottery studio. The man is seated at a pottery wheel, shaping a clay vase. The woman stands behind him, looking on. The background shows shelves filled with various pottery items. The text is overlaid in the center of the image.

STORIE
LINGUAGGIO
ESPERIENZE

SIAMO TUTTI

PERSONE.

BRAND, AGENZIE,

CONSUMATORI.

FRESHNESS PILL N°1

**Interpretare il contesto
per capire le persone.**

FRESHNESS PILL N°2

**Essere autentici:
non parlare alle persone
ma con le persone.**

FRESHNESS PILL N°3

**Essere social,
non stare sui social.**

FRESHNESS PILL N°4!

**Essere sorprendenti
e intraprendenti.**

FRESHNESS PILL N°5

Avere un impatto reale.

THANK YOU
THANK YOU
THANK YOU
THANK YOU
THANK YOU
THANK YOU
THANK YOU