

## PROFILI BIOGRAFICI DEI RELATORI



**Caterina Garofalo è Presidente di Ainem (Associazione Italiana di Neuromarketing)**, esperta di comunicazione e di marketing emozionale, visiting professor presso il Politecnico di Milano e altre università italiane. Ha maturato una lunga esperienza nell'ambito della consulenza strategica legata alla comunicazione e alla realizzazione di eventi emozionali. E' autrice del libro *Macro e Microeventi per l'autopromozione* (Mariotti, 2016) e coautrice di *Neuromarketing nel negozio*, Collana Le Bussole di Confcommercio (2018).



**Francesco Gallucci è Vicepresidente di Ainem (Associazione Italiana di Neuromarketing)** e Direttore del Laboratorio di Neuroscienze Applicate della Fondazione Organismo di Ricerca GTechnology, è tra i pionieri in Italia del Neuromarketing. Professore di Marketing delle Emozioni presso il Politecnico di Milano. Keynote speaker in convegni internazionali e nazionali sull'innovazione e le neuroscienze applicate. E' autore di molti libri sul neuromarketing quali *Neuromarketing* (Egea, 2016) e *Marketing Emozionale e Neuroscienze* (Egea e Il Sole 24 Ore, 2015) e coautore di *Neuromarketing nel negozio*, Collana Le Bussole di Confcommercio (2018).



**Vincenzo Russo è Professore di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing** presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM di Milano. Direttore del centro di ricerche di Neuromarketing "Behavior and Brain Lab IULM". Da tempo gestisce progetti di ricerca nazionali sui temi riguardanti il rapporto tra emozioni, decisioni e comportamenti di consumo, con particolare attenzione ai consumi alimentari. Dirige il Master in Food and Wine Communication. E' autore di molti libri tra i quali *Psicologia della Comunicazione e neuromarketing* (Pearson, 2017).



**Maria Emanuela Salati è Responsabile Formazione, Selezione, Organizzazione e Welfare di ATM.** Ha maturato esperienze nell'ambito delle risorse umane in diversi contesti organizzativi, sia nazionali sia internazionali quali Vodafone, Telecom Italia, Il Sole 24 Ore, IED Comunicazione. È direttore della rivista AIDP Direzione del Personale e membro del Consiglio direttivo nazionale di AIDP. E' autrice di numerosi saggi e curatrice, con Attilio Leoni, del libro *Neuroscienze e Management* (Guerini 2015).



**Davide Zanolini è Executive Vice President Marketing and Communication nel Gruppo Piaggio**, nel quale è entrato nel 2013. Oltre al ruolo di Executive Vice President Marketing and Communication, alla guida del marketing strategico ed operativo, delle relazioni esterne e della comunicazione di tutti i brand del gruppo a livello globale, è membro dell'Executive Board del Gruppo. Proviene da un'esperienza internazionale tutta di marketing nel Gruppo Pernod Ricard, The Walt Disney Company, Perfetti Van Melle e Pirelli. È consigliere di amministrazione di Fondazione Piaggio, di Aprilia Racing e di Piaggio Fast Forward, società del Gruppo con sede a Boston per la quale ricopre anche il ruolo di Chief Marketing Officer.