

# Living Seminar. Arte e Impresa

Brand Identity, Partnership e Marketing Emozionale

III edizione



A cura di Maurizio Vanni

Direttore Generale del Lu.C.C.A. - Lucca Center of Contemporary Art ed Esperto in Art Management e Marketing emozionale



Roma, Università  
Tor Vergata - Economia  
via Columbia 2

9 maggio -11 giugno 2014

Conoscendo gli obiettivi, i pubblici di riferimento e il budget a disposizione di un'azienda, si possono creare piani di marketing personalizzati, legati alla cultura, efficaci e precisi. La partnership tra impresa e progetto culturale (lontana dal concetto di sponsorship) permette di comunicare un prodotto o un servizio con codici esclusivi e contemporanei che passano attraverso il coinvolgimento emotivo ed esperienziale. Fondamentale la segmentazione e la partecipazione dei prospect di riferimento. Il progetto culturale, che contempla la totale interazione tra azienda e piano di lavoro, permette di affrontare la questione del marketing in modo alternativo; infatti agisce come una risorsa strategica su cui investire partecipando alla produzione delle idee per raggiungere gli obiettivi in modo non convenzionale e più pertinente alle nuove esigenze della quotidianità.

Cinque incontri per percorrere insieme a Maurizio Vanni e ad alcuni manager d'azienda un sentiero per forme nuove e partecipative di dialogo tra Arte e Impresa.

**Venerdì, 9 maggio 2014**  
h 15.00-19.00  
Sala TL Edificio A

## La brand identity and reputation delle imprese attraverso la cultura

- La cultura come fattore di sviluppo
- Prerogativa delle imprese che utilizzano la cultura come leva di marketing
- Perché un'impresa dovrebbe puntare sulle arti
- Figure professionali del progetto culturale creato per l'azienda
- Dalla sponsorship alla partnership
- L'evento a tema
- Dalla collezione alla fondazione: i musei contemporanei

**Sabato, 10 maggio 2014**  
h 10.00- 14.00  
Sala del Consiglio II piano  
Edificio B

## Il consumatore-cliente del progetto culturale

- Comportamento delle persone di fronte alle proposte culturali
- Principali metodi decisionali per il coinvolgimento dei target di riferimento
- Analisi del pubblico per un progetto culturale a misura d'uomo
- I numeri della cultura e la conquista di nuovi pubblici

**Venerdì, 16 maggio 2014**  
h 10.00- 14.00  
Sala TL Edificio A

## Il marketing della cultura e delle arti

- Gestire una ricchezza, vendere un'esperienza e promuovere un'idea
- Segmentazione e posizionamento del progetto culturale: il marketing
- Sviluppo del prodotto culturale. Dal marketing tradizionale al marketing creativo
- Web marketing, buzz marketing, viral marketing e marketing emozionale
- Il piano di marketing emozionale. Nuovi strumenti di comunicazione
- Scelta dei project work da implementare in percorsi di stage e/o inserimento aziendale

Interviene: Roberta Di Martino - Responsabile Marketing Centostazioni Spa

**Sabato, 24 maggio 2014**  
h 10.00- 14.00  
Sala TL Edificio A

## Discussione e presentazione dei project work

Interviene: Isabella Spinella - Responsabile Brand Strategy Autostrade per l'Italia SpA

**Mercoledì 11 giugno 2014**  
h 15.00-19.00  
Loft Informale  
Via dei Cerchi,  
Circo Massimo

## Living Seminar. Evento conclusivo

### Ri-scrivere mondi. Comprendere e vivere le arti contemporanee"

C'è un manuale per comprendere le arti contemporanee? Esistono delle istruzioni per l'uso? L'Arte può aiutare a vivere meglio? In un museo di arti visive o in un teatro quale atteggiamento dovremmo tenere? Istinto o razionalità? Che cosa succede nell'emisfero destro del cervello di uno spettatore di fronte alle diverse tipologie espressive? Ha ancora senso la critica di settore? Dalla domestichezza con il nostro apparato sensoriale possiamo arrivare a efficaci forme di marketing non convenzionale?

Di questo e altro si parlerà mercoledì 11 giugno dalle ore 15 insieme a Cataldo Russo (attore), Gianfranco Marchesi (Psichiatra esperto di Neuro-estetica) e Massimiliano Tonelli (Direttore di Artribune), Gian Maria Desenzani (General Manager Zuegg Spa), Ricardo Vieiralves (Rettore Universidadedo Estado do Rio de Janeiro e Simonetta Pattuglia (Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media)

Info: Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media.

Email: murredda@economia.uniroma2.it; Tel. 06-7259.5522-5510

Costo per iscritti esterni: 900 euro.

Altre Convenzioni, studenti ed ex studenti di Economia, dei suoi Dipartimenti e dei Master: Iscrizione 50%.