



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Da UFFICIO STAMPA

Collaborazione: Dott. Riccardo Ciulla; Dott.ssa Paola Ciaffi

Tel. 06/7259.5512 – 5522; Fax 06/7259.5504

e-mail : ciulla@economia.uniroma2.it

\*\*\*\*\*

## COMUNICATO STAMPA

### Seminario Arte e Impresa *Brand Identity, Partnership, Marketing emozionale*

Roma, 9 maggio-11 giugno 2014  
Economia - Università degli Studi di Roma Tor Vergata  
Evento finale: Loft Informale, via dei Cerchi 75

### L'Arte incontra il Marketing. E si fa Esperienza.

*"Arte & Impresa. Brand identity, Partnership e Marketing Emozionale": questo il titolo del seminario di cinque giornate a cura di Maurizio Vanni, Direttore Generale del Lu.C.C.A. - Lucca Center of Contemporary Art. Giunto alla terza edizione, il Corso si distingue come uno degli appuntamenti imperdibili organizzati dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, patrocinato da Ferpi.*

Il **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** dell'Università di Roma Tor Vergata si accinge, anche nella XII edizione, a dare il via ad uno dei seminari che negli ultimi due anni ha visto l'entusiasmo di allievi e iscritti esterni.

Si tratta del corso "**The Living Seminar**", coordinato da **Maurizio Vanni**, museologo, Direttore Generale del Lu.C.C.A. - Lucca Center of Contemporary Art ed esperto in art management e marketing emozionale.

Giunto alla terza edizione, il seminario si articola in **cinque incontri**, frequentabili anche singolarmente, attraverso un percorso affascinante che ci porterà a definire e fare proprie forme nuove e partecipative di **dialogo tra Arte e Impresa**. Le tematiche del corso di quest'anno ruoteranno attorno al rapporto tra "**Arte & Impresa. Brand identity, Partnership e Marketing Emozionale**": un argomento, questo, scaturito dall'esigenza sempre più sentita da professionisti della comunicazione, del marketing e del campo artistico di comunicare un prodotto o un servizio con codici esclusivi e contemporanei che passano attraverso il coinvolgimento emotivo ed esperienziale.

È indispensabile avere il *know how* e gli strumenti utili per affrontare la partnership tra impresa e progetto culturale, partecipando alla produzione delle idee per raggiungere gli obiettivi in modo non convenzionale e più pertinente alle nuove necessità della quotidianità in impresa.

Il Corso si propone proprio di approfondire questi *topic* - oggi di grande attualità - grazie all'esperienza di Maurizio Vanni e di illustri **manager d'azienda** che interverranno di volta in volta. Sono infatti previste le presenze di **Alberto Fusignani** - Managing Partner Communication di *Italian Independent Group SpA*, **GianMaria Desenzani** - General Manager di *Zuegg SpA*, **Isabella Spinella** - Responsabile Brand Strategy di *Autostrade per l'Italia SpA*.



**Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”**

**Facoltà di Economia**

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

L'ultimo incontro del seminario (**11 giugno al Loft Informale di via dei Cerchi 75**), introdotto da **Simonetta Pattuglia**, Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, e da **Maurizio Vanni**, vedrà invece la partecipazione di **Cataldo Russo** – Attore, **Gianfranco Marchesi** – Psichiatra esperto di Neuro-estetica e **Massimiliano Tonelli** – Direttore di Artribune. Nel corso dell'appuntamento finale, dal suggestivo titolo **“Ri-scrivere mondi. Comprendere e vivere le arti contemporanee”**, Maurizio Vanni e i suoi ospiti si interrogheranno e ragioneranno, coinvolgendo anche il pubblico presente, sul ruolo delle Arti nella vita individuale e delle imprese e su come queste, i sensi, le diverse tipologie espressive possano incidere sulle forme di marketing – convenzionale e non – che possono essere messe in atto e che hanno più presa sul nostro apparato sensoriale ed emotivo.

A partire dal **9 maggio** e fino all'**11 giugno**, cinque giornate all'insegna dell'arte e dell'innovazione per un marketing e una comunicazione d'impresa sempre più attraenti e coinvolgenti per il consumatore e gli stakeholder delle organizzazioni.

Per il programma completo del seminario: <http://bit.ly/1nG5Z7Q>

Corso aperto anche ad iscritti esterni. Possibilità di acquistare singoli incontri del corso.

Sono previste riduzioni del 50% in convenzione (Ferpi e altre) e per studenti.

**Per informazioni, costi e modalità di iscrizione:** [murredda@economia.uniroma2.it](mailto:murredda@economia.uniroma2.it)

Roma, 9 maggio 2014