



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Da UFFICIO STAMPA

Tel. 06/7259.5510 – 5522; Fax 06/7259.5504

e-mail: ciulla@economia.uniroma2.it

COMUNICATO STAMPA

Quinta Edizione Conferenze sulla Comunicazione e sui Media

**ENTERTAINMENT E COMUNICAZIONE
NUOVI TARGET. NUOVE STRATEGIE. NUOVI MEDIA**

e

**lancio della IX edizione del Master in Economia e Gestione della
Comunicazione e dei Media (marzo 2011)**

Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" - Facoltà di Economia

*Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media
in collaborazione con ENEL
e con il patrocinio di FERPI - Quarantennale*

2 dicembre 2010

Ore 9.00-17.00

Auditorium Enel - Roma, Viale Regina Margherita 125

Si tiene **giovedì 2 dicembre**, con inizio alle ore 9.00, presso l'Auditorium Enel di Roma (Viale Regina Margherita 125), il convegno **"ENTERTAINMENT E COMUNICAZIONE. NUOVI TARGET. NUOVE STRATEGIE. NUOVI MEDIA"**.

L'evento, promosso dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media della Facoltà di Economia dell'Università di Roma Tor Vergata in collaborazione con Enel e con il patrocinio di Ferpi, nell'ambito delle manifestazioni previste per il suo quarantennale, fa parte del ciclo di Conferenze sulla Comunicazione e sui Media, organizzate con cadenza annuale e giunte quest'anno alla V edizione.

Fin dalla prima edizione (2006) le *Conferenze sulla Comunicazione e sui Media* si prefiggono di affrontare le tematiche della comunicazione e dei media nell'ottica del marketing e del management delle imprese e delle istituzioni, analizzandone i vari aspetti: da quello economico a quello tecnologico, da quello umano e interpersonale a quello emozionale ed espressivo delle community. Ogni anno vengono riuniti intorno al tavolo delle Conferenze sulla Comunicazione e sui Media esponenti delle più importanti aziende nazionali e internazionali, che presentano le loro esperienze sull'argomento.

Come fenomeno economico e sociale, nonché imprenditoriale e professionale, il perimetro del tempo libero (free), del tempo del divertimento (leisure) e, visto dal lato della *industry* dei contenuti, dell'*entertainment* è un perimetro di significato sempre più ampio nella nostra società.

Come afferma Mark Vinet, l'industria dell'intrattenimento offre infatti una prospettiva di "eclettiche, vibranti, colorate e creative forme d'arte che riempiono il tempo libero e ricreazionale", sicuramente di sempre più ampie fasce di popolazione occidentale come di quei paesi che via via si affrancano dalla ricerca delle sole risposte alla sussistenza. Il tempo individuale e sociale diviene sempre più "contenitore" di attività tipicamente di intrattenimento: dalla fruizione dei media, tradizionali e innovativi (televisione, cinema, social media e network), all'arte, quindi ai beni culturali e ai relativi prodotti di merchandising, come alle *performing arts*, come – ancora – alla pratica o alla fruizione di attività sportive e di partecipazione ad eventi.

Lo scenario si fa più composito grazie anche alla forte e sempre maggiore ibridazione che l'entertainment esercita nella produzione e distribuzione di prodotti e servizi appartenenti ad altri settori industriali nonché nella comunicazione sempre più ludica attorno agli stessi. Una distribuzione del prodotto-servizio e una comunicazione, che sono sicuramente reali e fisiche, ma che si fanno virtuali e *branded* in relazione alla



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

sempre maggiore convergenza tecnologica e mediale degli strumenti di marketing e di comunicazione utilizzati.

La logica produttiva e gestionale che emerge è sempre meno autoreferenziale, detta classicamente product-oriented, e sempre più indirizzata ad una filosofia di ispirazione ai bisogni, alle aspettative, alle aspirazioni agli stili di vita come ai momenti di vita del consumatore, logica pertanto customer-oriented, o market driven, se non, addirittura, user generated, quando il consumatore-cliente nella comunicazione come nella definizione-fruizione del servizio coopera condividendo i compiti ideativi e gestionali con le imprese produttrici dei beni-servizi che andrà a consumare.

Obiettivo di questa V Conferenza sulla Comunicazione e sui Media è l'analisi del settore, o meglio dei settori dell'entertainment rispetto alle *nuove strategie di marketing* e comunicazione (marketing relazionale-customer relationship management - unconventional marketing-event marketing - brand management - coopetition...) che gli operatori adottano; *ai vecchi e nuovi target* (teens – giovani – sempregiovani – senior – donne – single – gay – elite, Innovatori, follower,...) a cui si tenta di dare risposte sempre più innovative, coinvolgenti ed esperienziali; *ai nuovi media* (cross media – tv - web tv - tv digitale - cinema digitale – radio - internet – videogiochi – gaming – mobile -social networks & media - mondi virtuali...) sempre meno strumentali e sempre più interattivi con le strategie e con il momento analitico di mercato.

Destinatari del Convegno sono tutte le persone che, a differenti livelli, sono impegnate direttamente o indirettamente nel marketing, nella comunicazione d'impresa e nei media, includendo, quindi, non solo i professionisti del settore puramente di entertainment ma anche operatori e responsabili di strategie di impresa che usano l'entertainment come contenuto o modello comunicativo.

La V Conferenza sulla Comunicazione e sui Media sarà occasione per il **lancio della IX edizione del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media**, che avvierà le proprie lezioni a marzo 2011. Per iscriversi al Master: www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media

Al dibattito prenderanno parte, in ordine d'intervento:

Luigi Paganetto • Presidente Fondazione Economia Tor Vergata Ceis • Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Facoltà di Economia Università Tor Vergata; **Gianluca Comin** • Presidente Ferpi – Federazione Relazioni Pubbliche Italiane • Direttore Relazioni Esterne, Enel; **Sergio Cherubini** • Ordinario di Marketing • Vice Direttore operativo • Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Facoltà di Economia Università Tor Vergata; **Simonetta Pattuglia** • Docente di Comunicazione delle Imprese e delle Istituzioni • Coordinatore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Facoltà di Economia Università Tor Vergata; **Remo Lucchi** • Presidente e Amministratore Delegato, Eurisko; **Sacha Monotti** • Responsabile Business Development, Blogmeter • **Chiara Nalin** • External Communication Manager, Ikea Italia; **Daniele Bolognesi** • External Relations • Sport Director, Lottomatica; **Colette Morin** • Direttore Marketing, Metro Free Press; **Marco Lombardi** • Presidente, Young & Rubicam; **Salvo Mizzi** • Responsabile Internet Media & Digital Communication, Telecom Italia; **Fabrizio Caprara** • Presidente, Saatchi & Saatchi; **Fabiano Lazzarini** • General Manager, lab Italy; **Cristina Cenci** • **Paola Aragno** Senior Consultants • Eikon Strategic Consulting; **Diego Nepi Molineris** • Direttore centrale, Coni Servizi; **Alessandro Militi** • Executive Director Advertising Sales & commercial Development, Fox Channels Italy; **Giuseppe Basso** • Vice Direttore Generale, Cinecittà Studios; **Paolo Iammatteo** • Responsabile Comunicazione Istituzionale, Enel; **Stefano Russo** • Communication Manager, Nielsen Media; **Marco Durazzi** • Direttore Generale, Tribal DDB; **Francesco Barbarani** • Head of .Fox Networks; **Andrea Fabiano** • Responsabile Marketing Strategico, Rai; **Corradino Mineo** • Direttore, RaiNews24.

Sul sito web della Conferenza (www.economia.uniroma2.it/conferenzecomunicazione/) è possibile accreditarsi e scaricare il programma completo e dettagliato dell'evento.

Roma, 25 novembre 2010

Per maggiori informazioni:

Responsabili scientifici e organizzativi:

Sergio Cherubini e Simonetta Pattuglia

Vice Direttore Operativo e Coordinatore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

pattuglia@economia.uniroma2.it

Per accreditarsi: www.economia.uniroma2.it/conferenzecomunicazione

+39 06-7259.5510-5543