

Università. A palazzo Alvarez proiezione e analisi del film "Lezioni di cioccolato"

Incontro su cinema e marketing

Mettere un prodotto al centro di un film, integrandolo nella trama e nelle vicende, per comunicarlo in modo innovativo: è questo il tema dell'incontro "Il product placement come strumento di comunicazione aziendale", che si terrà domani, mercoledì 26 maggio, con inizio alle 16, nell'aula P di palazzo Alvarez, in via Diaz, organizzato dal Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine.

Sarà proiettato il film "Lezioni di cioccolato", un esempio particolare di product placement integrato, che ha visto la partecipazione del brand Perugina e della Scuola di cioccolato come cornice del film. A seguire Donata Collodi, docente di marketing del corso di laurea in Relazioni pubbliche e collaboratrice del Larem, coinvolgerà i presenti in una sessione di feedback mirante a valuta-

re le reazioni stimulate da questo strumento innovativo di comunicazione aziendale, commentando il film di Claudio Cupellini, interpretato nel 2007 da Luca Argentero, Violante Placido e Neri Marcorè.

«Il Larem non poteva trascurare un argomento così stimolante, di rilievo non solo per i futuri specialisti delle relazioni pubbliche, ma anche per gli studenti in formazione del Dams – commenta la stessa Collodi –. Se la pubblicità tradizionale perde sempre più terreno, il product placement si sta facendo strada in maniera decisa, anche in virtù della ripresa del cinema».

«Si tratta però di una tecnica da utilizzare con attenzione: di fronte a questo stimolo, gli spettatori – si affretta a precisare la docente di marketing – possono anche reagire in maniera negativa. Il mercato non dispone anco-

ra di dati definitivi, e le aziende si muovono tra molte incertezze. Proprio per questo il tema ci interessa: solo studiando in modo sistematico le nuove tendenze l'Università – sottolinea ancora la Collodi – può formare efficacemente i professionisti di domani».