

Save the date!!!



**Università degli Studi di Roma Tor Vergata
Facoltà di Economia**

ENTERTAINMENT E COMUNICAZIONE NUOVI TARGET. NUOVE STRATEGIE. NUOVI MEDIA

QUINTA EDIZIONE CONFERENZE SULLA COMUNICAZIONE E SUI MEDIA

In collaborazione con



Con il patrocinio di



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

2 dicembre 2010

Roma, Auditorium Enel, Viale Regina Margherita 125

Il **2 dicembre 2010 alle ore 9.15** - presso l'Auditorium Enel di Roma (Viale Regina Margherita 125) - si terrà l'evento **"ENTERTAINMENT E COMUNICAZIONE. NUOVI TARGET. NUOVE STRATEGIE. NUOVI MEDIA"**, organizzato 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.

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 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 - semipregiovanani - 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.

Partecipanti:

Insieme agli esperti della Facoltà di Economia, porteranno le proprie esperienze di eccellenza top manager marketer e comunicatori delle più grandi aziende e realtà italiane e multinazionali. Sono state invitate:

Blogmeter • Cinecittà Studios • Eikon • Enel • Eurisko • Facebook Italia • Ferpi • Fox Channel Italia • Google Italy • Iab Forum • Ikea Italia • Il Corriere della Sera • Lottomatica • Martini & Rossi • Metro Free Press • Mondadori • Nielsen Media Research • Procter & Gamble • PSP Sony • Rai International • RaiNews24 • Saatchi & Saatchi • Telecom Italia • TG La7 • Tivù • TV Mobile, H3G • Upa Pubblicità • Yahoo Italia • Y&R Italia

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

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 info e accreditamento: www.economia.uniroma2.it/conferenzecomunicazione/

Tel: 06-72595510-5543