

Master Universitario in Marketing Management  
Conference Day 2006

# Oltre la pubblicità? Scenari futuri per il branding



Master Universitario  
in Marketing Management  
Università degli Studi La Sapienza

Istituto  
Guglielmo Tagliacarne  
Via Appia Pignatelli, 62  
00178 Roma

Venerdì 12 maggio 2006

Per informazioni contattare la Segreteria Organizzativa:

**Dott.ssa Barbara Amici**

presso il Dipartimento: tel. 06.49766.438

presso l'Istituto Tagliacarne: tel. 06.780521



Un prodotto nasce [...] Un prodotto cresce e incomincia a guadagnarsi la vita [...] Ma soprattutto un prodotto comunica. Dopotutto, facendone una marca, gli abbiamo dato il dono della parola.

*Jacques Séguéla, 1982*

Il dialogo e l'incontro tra domanda e offerta trovano oggi nella marca una risorsa relazionale imprescindibile. Nei contesti economici più sviluppati, la marca diviene il fattore principale dell'agire comunicativo di organizzazioni e consumatori qualificando e moltiplicando gli ambiti competitivi e di partnership, i binomi prodotto-mercato, le aree di ricerca della soddisfazione, le identità, le promesse e i codici di espressione. In sintesi, la marca produce e, al contempo, consente di governare la complessità emergente nel mondo del consumo attraverso la creazione di significati (valori) sempre nuovi e condivisibili.

Guardando al futuro del branding, la comunità scientifica e manageriale del Mumm intende discutere le possibili tendenze evolutive relative agli strumenti di comunicazione atti a sviluppare e potenziare tale risorsa relazionale.

In quale direzione evolveranno i meccanismi di creazione di significato del consumatore? Quali sono le opportunità, al di là della comunicazione pubblicitaria, per costruire marche in modo efficace ed efficiente? Quali nuovi strumenti comunicativi si affermeranno nei processi di valorizzazione del consumo?

#### Imprese guida 2005/2006:

**BVLGARI**

**Burson-Marsteller**



**DAIMLERCHRYSLER**



**Johnson & Johnson**  
S.p.A.

#### Imprese sponsor 2005/2006:

AceaElectrabel - Ad Maiora - Banfi - British American Tobacco - Conad Pac 2000 - Gardenia - Generali - Grandi Numeri - Heidrick & Struggles - Leagas Delaney - L'Oreal - Nokia - Sony Computer Entertainment - Unilever - Young & Rubicam

- Ore 9,15 **Saluto**  
**Dott. Alfonso Feleppa**  
*Direttore Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne*  
**Prof. Gaetano Golinelli**  
*Direttore Master MUMM - Università La Sapienza*
- Ore 9,30 **Introduzione ai lavori**  
**Prof. Alberto Pastore**  
*Coordinatore MUMM - Università La Sapienza*
- Ore 9,45 **Lectio magistralis**  
**Prof. Umberto Collesei**  
*Ordinario di Marketing - Università Cà Foscari*
- Ore 10,15 **Tavola rotonda con le Imprese**  
**Prof. Gaetano Golinelli** - *Chairman*  
**Dott. Roberto Bruno** -  
*Amministratore Delegato Young & Rubicam*  
**Dott. Eric Gerritsen** -  
*Amministratore Delegato Burson Marsteller*  
**Dott. Giovanni Tordi** -  
*Direttore Comunicazione Corporate Capitalia*  
**Dott. Miky Delaney** -  
*Presidente Leagas Delaney*
- Ore 11,30 **Interventi e dibattito**
- Ore 11,45 **La comunità scientifica MUMM: presentazione lavori**  
**Prof. Alberto Mattiacci**  
*Coordinatore Didattica MUMM - Università di Siena*  
Verranno presentati i libri:  
**Impresa e comunicazione, Apogea, 2006,**  
*di Alberto Pastore e Maria Vernuccio*  
**Branding, McGraw Hill, 2006,**  
*di Carlo Alberto Pratesi e Giovanni Mattia*
- Ore 12,15 **Assegnazione Borsa di Studio "Gennaro Cuomo" ed. 2006**  
**Prof. Gaetano Golinelli**  
*Direttore Master MUMM - Università La Sapienza*
- Ore 12,30 **Proclamazione dei vincitori premio "Best in class" Casi di Marketing Collana Giorgio Eminente ed. 2005**  
**Prof. Sergio Cherubini**  
*C.D.S. MUMM - Università Tor Vergata*
- Ore 12,45 **Consegna dei diplomi Master ed. 2005**  
**Prof. Attilio Celant**  
*Preside Facoltà di Economia - Università La Sapienza*
- Ore 13,30 **Lunch**