



**UN LIBRO IN RETE**

# **Il marketing dei luoghi e delle emozioni**

**Egea edizioni - Cultura d'Impresa**

**FRANCESCO GALLUCCI**

autore del libro

**BRUNO DOLCETTA**

IUAV di Venezia

**GIOVANNI PERAZZOLO**

amministratore pubblico



**introduce e coordina**

**ENZO DRAPELLI**

Martini Drapelli Network

**Martedì 11 novembre 2008 ore 20.30**

**PALAZZO FESTARI - Corso Italia n.63 - Valdagno (VI)**

per informazioni: [info@guanxinet.it](mailto:info@guanxinet.it) tel. 0445 406758 fax 0445 408485  
in collaborazione con Libreria De Franceschi snc Valdagno (VI) tel 0445 412877

## Come comprendere e valutare il coinvolgimento emozionale e le interazioni tra brand e luoghi

I luoghi, come le persone, cambiano continuamente. La loro trasformazione è più evidente nelle città dove vi è una ricerca incessante di nuove soluzioni per migliorare la qualità della vita dei propri abitanti o per accrescere il livello di interazione sociale.

Ma la città è anche il luogo in cui la complessità sociale raggiunge il livello più alto e più critico, ed anche il luogo, anzi il sistema di luoghi, in cui passiamo gran parte della nostra vita quotidiana, lavorando, facendo shopping, divertendoci, mangiando, viaggiando o spostandoci da un luogo all'altro. Il libro di Francesco Gallucci affronta il tema dei luoghi da un punto di vista sistemico ed emozionale. Sistemico perchè non è possibile comprendere la natura di luoghi come la metropolitana, il centro commerciale, il cinema multisala o il ristorante, se non si colgono le interconnessioni spazio-temporali tra essi. Emozionale perchè ogni luogo racconta una storia, la propria storia, fatta di regole, di evocazioni, di trasformazioni e di identità.

Se in passato i luoghi erano concepiti come spazi chiusi e associati alla sfera privata, adesso sono spazi aperti che intercettano i flussi di persone, li orientano e li coinvolgono attraverso stimoli e richiami attenzionali di varia natura ed efficacia.

La dimensione emozionale è la principale chiave di lettura del libro perchè pone in evidenza la necessità di guardare oltre il livello razionale della nostra capacità di comprendere il mondo che ci circonda e iniziare ad esplorare ciò avviene nella sfera più profonda del nostro subconscio.

Il Marketing dei Luoghi e delle Emozioni è un libro indirizzato a coloro che pensano che sia il momento di ripensare criticamente alla natura dei luoghi della vita quotidiana e che sia necessario impegnarsi in una revisione, prima concettuale e poi operativa del significato di ciò che facciamo ogni giorno, di ciò che consumiamo e degli spazi in cui trascorriamo gran parte della nostra vita quotidiana. In effetti, ogni luogo è un generatore di un potenziale evocativo, certamente di differenti gradazioni e intensità, di sensazioni, emozioni, percezioni. Il libro fornisce indicazioni sull'impatto delle emozioni sulla comunicazione. Proprio la comunicazione e la pubblicità svolgono un ruolo importante nella costruzione dell'immagine dei luoghi e dei paesaggi (quindi non solo della città), non solo per la loro fisicità, ma in una capacità generativa di emozioni e di messaggi. In effetti i luoghi, virtuali o meno, entrano in relazione con gli individui per loro essenza e sono quindi potenti strumenti attraverso i quali comunicare o strutturare la comunicazione.

Francesco Gallucci è presidente di 1to1lab, società di ricerca e di consulenza che opera nell'ambito del marketing e della comunicazione emozionale. E' inoltre professore di Sociologia della comunicazione al Politecnico di Torino. E' autore di "Web Management" (2001) e "Marketing emozionale" (2007). Parteciperanno all'incontro Bruno Dolcetta, docente ordinario di Urbanistica allo IUAV di Venezia, Giovanni Perazzolo, dirigente d'azienda, assessore alla programmazione finanziaria e alle politiche di sviluppo del Comune di Valdagno e Enzo Drapelli, del Martini Drapelli Network, che coordinerà la serata.

Evento del

