

IX EDIZIONE

**marketing.innova**

16 OTTOBRE 2014 // UDINE

# ***"Il territorio in un contesto di marketing liquido"***

**Terre parlanti per una geografia  
dell'immaginario**

di Fabrizio Bellavista

*Partner Istituto di Ricerca  
Emotional Marketing*

Associazione Italiana Marketing



# DA GUTENBERG A ZUCKERBERG

*"... sta nascendo una nuova configurazione  
che da un pensiero descrittivo, passa ad  
un pensiero liquido ed emozionale ...".*



G. MIRABELLA,  
MCLUHAN INSTITUTE



# DA GUTENBERG A ZUCKERBERG

Fine della scrittura: da sinistra verso destra, dall'alto verso il basso





# GRAMMATICA EMOZIONALE

Siamo immersi in un flusso comunicazionale frammentato e disseminato



# IL RITORNO DELL'ORALITA' (W.ONG)





# L'ITALIA E' UN PAESE SOCIAL(E)



# ANALOGICO e DIGITALE

**la Repubblica.it** [Stampa](#) [Invia](#)

## 74% italiani a spasso per sagre

Roma, 11 ago. - La crisi taglia partenze e vacanze ma resistono le sagre: quasi tre italiani su quattro in vacanza (74%) partecipano quest'anno a sagre.





# L'ITALIA SOCIAL

FACEBOOK. 26 milioni di iscritti, 17 milioni al giorno





# L'ITALIA SOCIALE

SAGRE. 41 milioni di presenze anno con 200 milioni di pasti



# L'ITALIA NEI FESTIVAL DI CULTURA

Il Festival della Letteratura a Mantova  
200.000 visitatori

Festival della Filosofia di Modena  
185.000 presenze

Il Salone del Libro di Torino  
400.000 presenze





# CULTURA ORALE

Gli italiani vanno in 400 mila al Salone del Libro ma  
è di - 6,8 la vendita di libri nel I trimestre 2014

-6,8%

Editoria, I trim. 2014



# MODELLO ORTICA di MALALBERGO





COSA SUCCEDDE SE CERTE PERSONE INCONTRANO  
L'UNIVERSITA', LE AZIENDE, IL COMUNE, LA REGIONE  
E I RAGAZZI DELLE SCUOLE E LE ASSOCIAZIONI?





...L'UNIVERSITA', LE AZIENDE, IL COMUNE, LA REGIONE  
E I RAGAZZI DELLE SCUOLE E LE ASSOCIAZIONI?



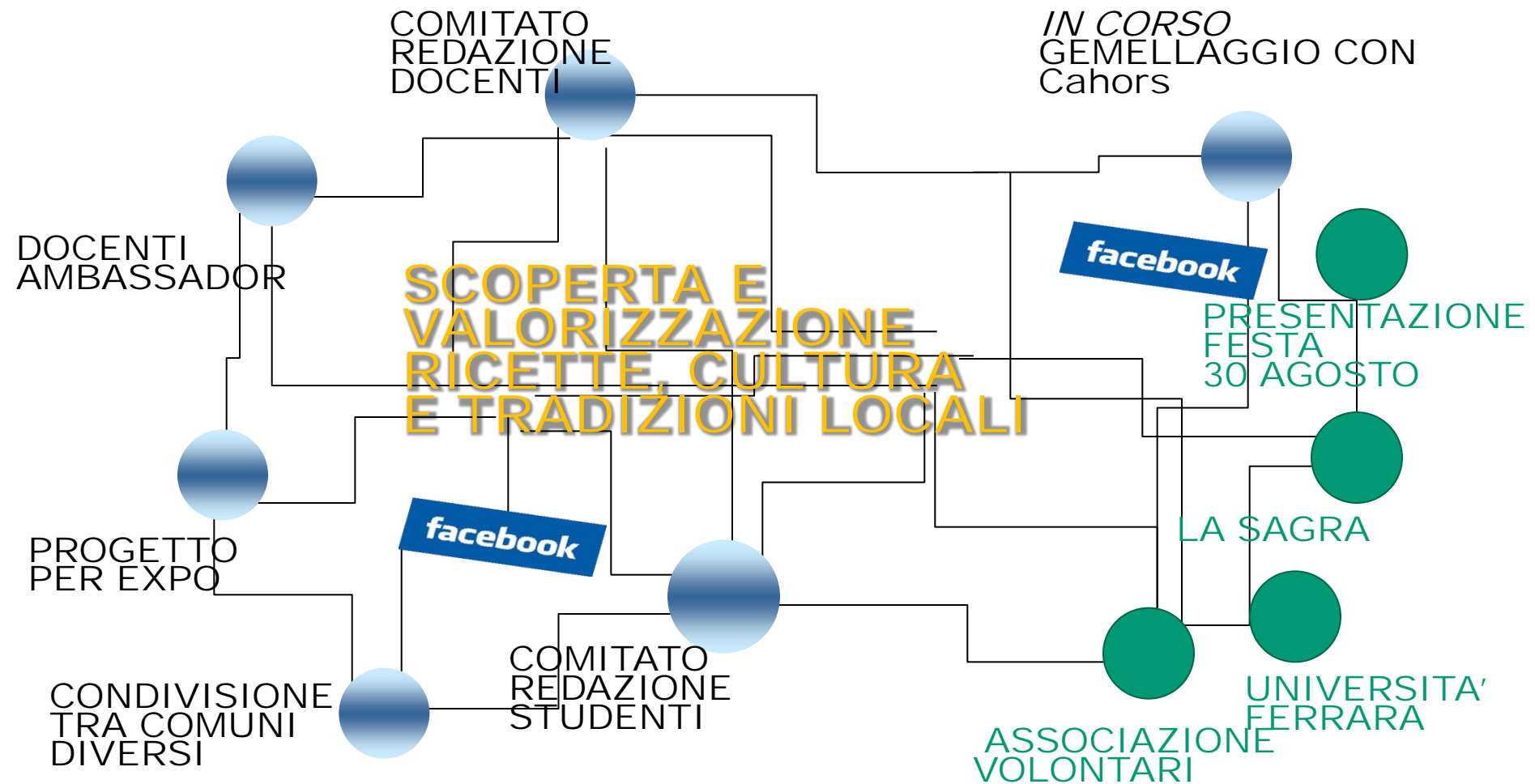


# MODELLO ORTICA MALALBERGO

*Valori, cultura, co-creatività: nuovo marketing del territorio*



# MODELLO SCUOLA MALALBERGO



## IN VERDE: CONNESSIONE CON PROGETTO ORTICA



# MODELLO ORTICA di MALALBERGO SOCIAL





# DEMATERIALIZAZIONE

...e sta cambiando la struttura stessa della realtà e  
del business

## Dal possesso all'accesso l'economia della condivisione

Non solo auto a nolo: ecco proprietà multiple e imprese collettive  
Si guadagna in flessibilità e sostenibilità, il rischio è la deregulation







## Le banche? Devono imparare da Amazon

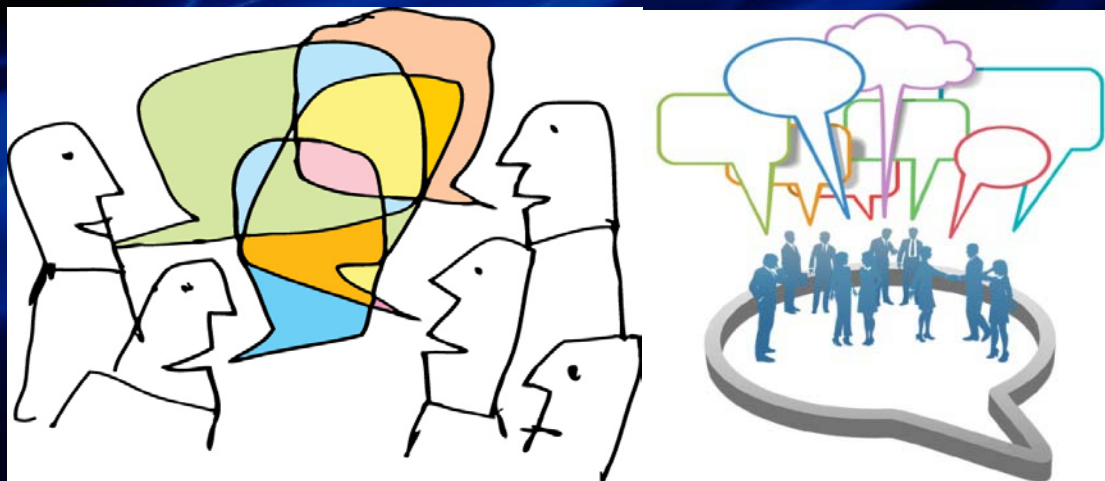
Il numero uno del retail banking di Bank of America lancia la provocazione dal Washington Post. Sottolineando le potenzialità dei big data ...

*Mattia Schieppati*

Sta facendo molto discutere il mondo bancario statunitense l'articolo pubblicato dal Washington Post che riporta e approfondisce una frase-provocazione di **Thong Nguyen**, capo del retail banking di **Bank of America**, che grosso modo ha detto: «Se le banche vogliono sperare di avere un futuro, devono imparare da Amazon». Gli scaffati giganti della finanza di Wall Street prendere lezione da un sito che si è inventato l'efficace formula di vendere qualsiasi cosa in qualsiasi parte del mondo? Apriti cielo.



# I MERCATI DIVENTANO CONVERSAZIONI MA ATOMI E BIT E' LA REALTA' ITALIANA





# TRENTASEIMILIONI DI SMARTPHONE

97,226,000

ACTIVE MOBILE SUBSCRIPTIONS



158%

MOBILE PENETRATION



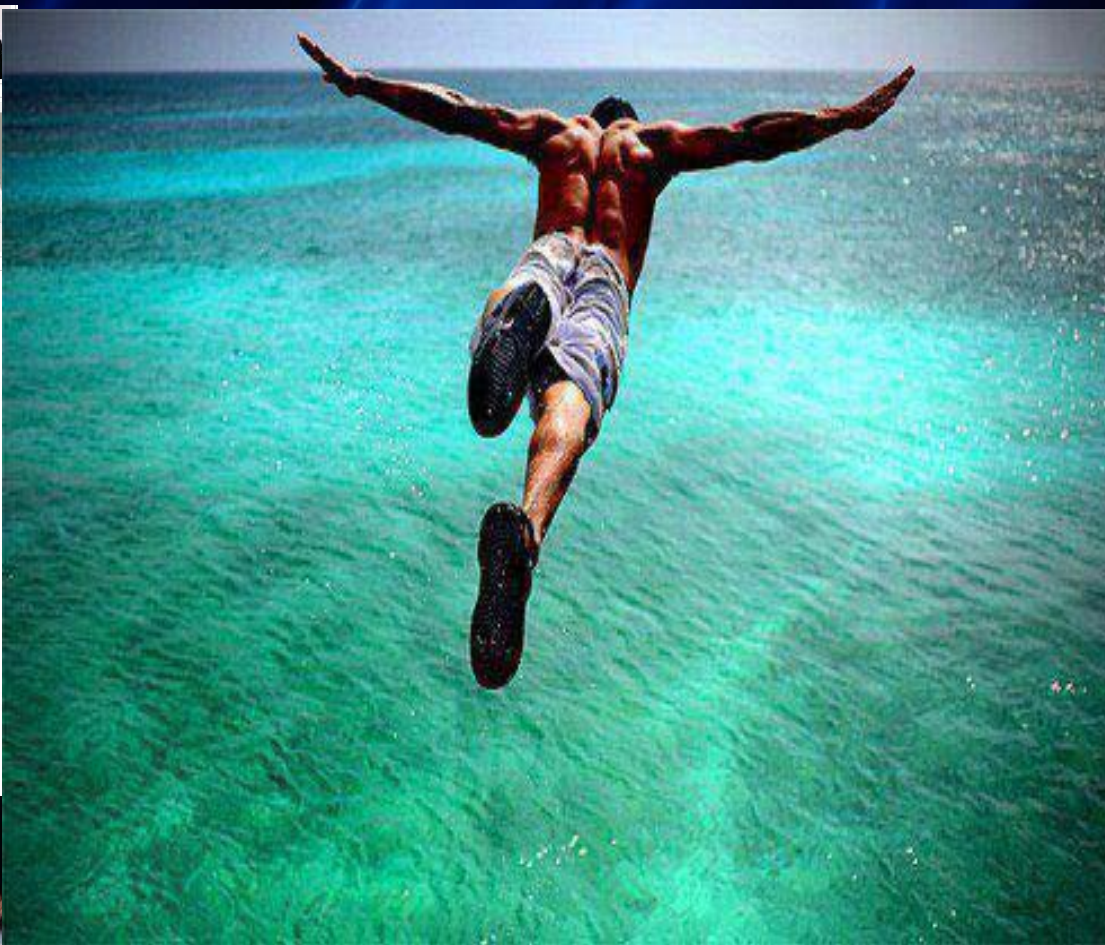
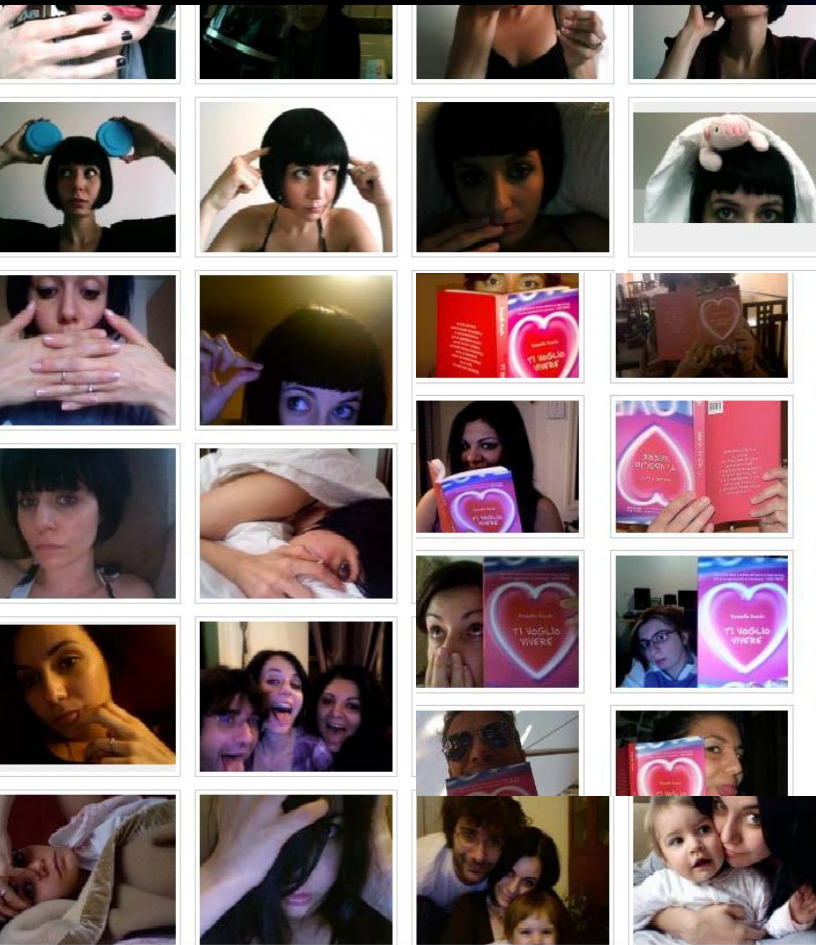
# NUOVA GEOGRAFIA LIQUIDA





A photograph of an iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg, which is the small part visible above the water, is covered in snow and has a few small structures on it. The much larger part of the iceberg is submerged underwater, appearing as a massive, jagged, and textured blue mass. The sky is a deep blue with some light clouds. The text "STA EMERGENDO UNA NUOVA GRAMMATICA" is overlaid in white capital letters across the middle of the image, positioned over the water line.

STA EMERGENDO UNA NUOVA GRAMMATICA

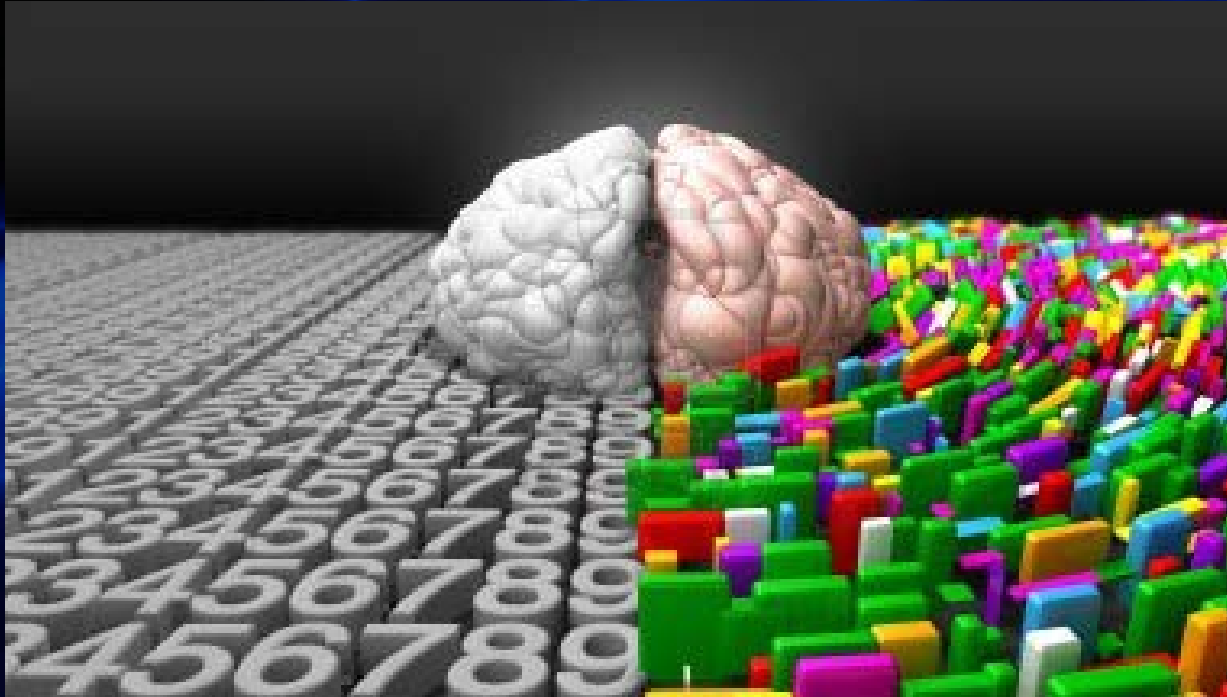




**La comunicazione richiede nuovi valori, codici, approcci**



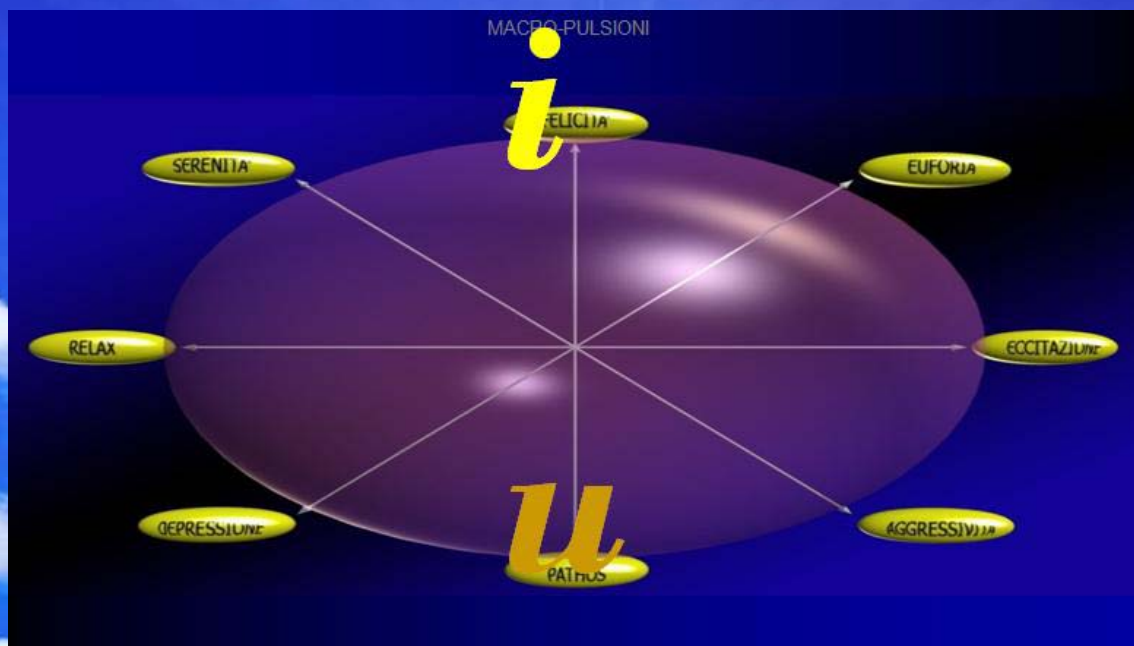
## Con terre parlanti per una geografia dell'immaginario





# IN CUI UNA SOLA CONSONANTE ...

....metacomunica un mondo

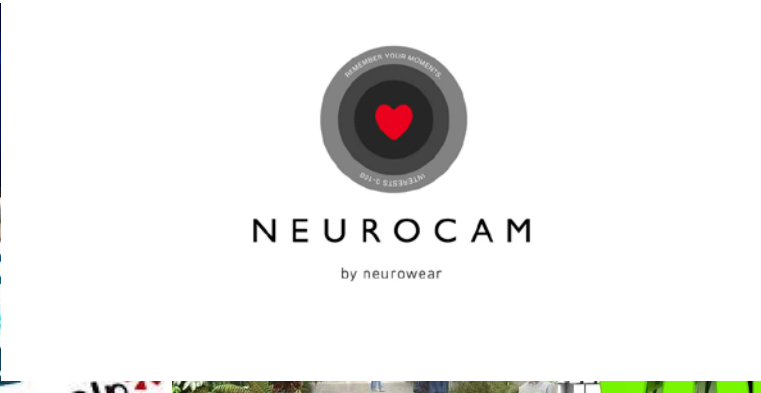


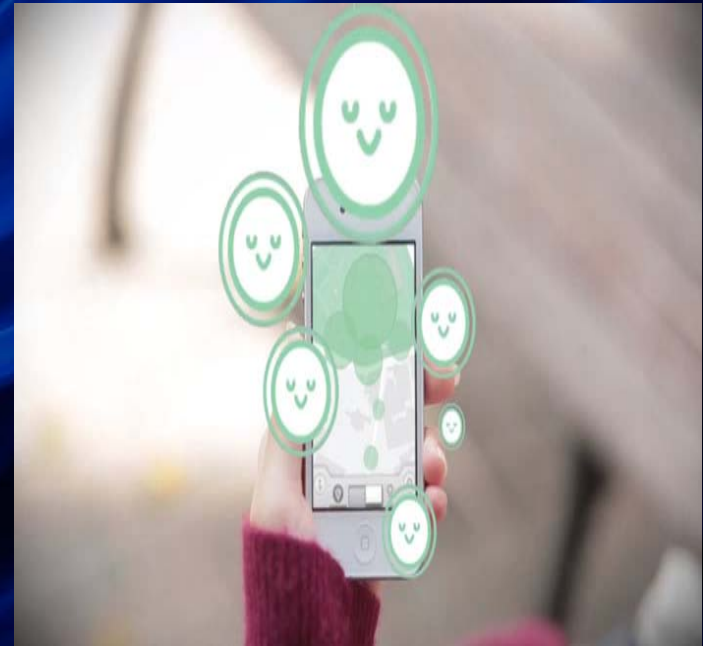
Fonte: elaborazione...

	A	E	I	O	U
più profumata	9	<b>62</b>	19	6	4
più maleodorante	3	1	3	16	<b>77</b>
dal gusto più intenso	<b>49</b>	24	5	21	1
dal gusto più piccante	5	2	<b>78</b>	9	6
dal gusto ripugnante	3	2	8	8	<b>69</b>
la più calda	<b>55</b>	15	2	17	11
la più fredda	7	10	<b>57</b>	11	15
la più simpatica	<b>55</b>	29	8	5	3
la più antipatica	2	2	3	4	<b>89</b>



by neuro tagging map

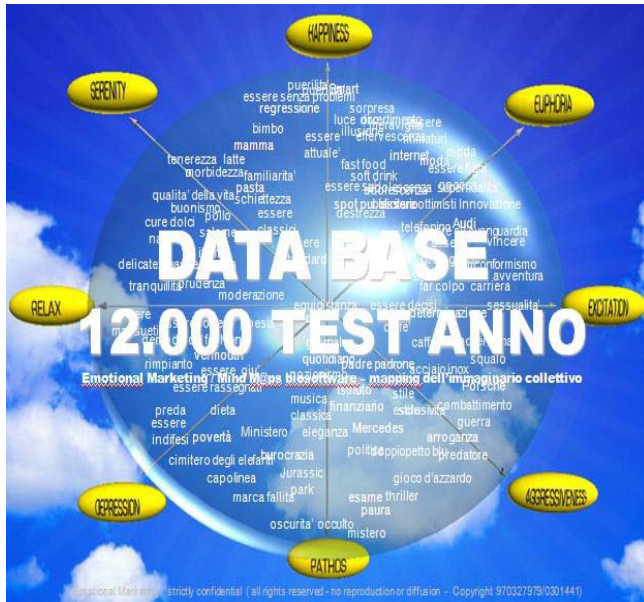






IX EDIZIONE

# marketing.innova



Realtà immersiva - Emotional Room - Verona 2013



Bio Sensori - Milano



Percorso emozionale - UGExperience - Milano 2012



Connessioni con onde cerebrali - BCC Venezia - 2014