

Cattolica, progetti di marketing per l'agroalimentare

Centoventi studenti universitari impegnati nella promozione digitale delle eccellenze di 15 aziende del nostro territorio

PIACENZA

● Prendi 15 aziende dell'agroalimentare, della ristorazione e del turismo della provincia di Piacenza, 120 studenti universitari pieni di entusiasmo e idee, 3 mesi di studio e lavoro per sviluppare contenuti di marketing digitale. Il risultato? Progetti e idee da mettere in campo, per potenziare la visibilità di un territorio pieno di ricchezze e opportunità, come Piacenza e la sua provincia. È questa la sfida lanciata dal prof. Roberto Nelli, docente di Content & Digital Marketing della laurea magistrale in General Management dell'Università Cattolica di Piacenza ai suoi studenti, sfida alla cui realizzazione ha contribuito attivamente La Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli coinvolgendo direttamente alcune imprese piacentine della filiera territoriale (agroalimentare, turismo, ristorazione e cultura) e i consorzi/associazioni di promozione enogastronomica locale. E i ragazzi hanno reagito con entusiasmo presentando numerosi spunti per sostenere l'attività commerciale delle imprese e quella promozionale di consorzi e associazioni territoriali coinvolte.

L'obiettivo del lavoro è stato quello di proporre una strategia di marketing che avesse per oggetto la proposta di contenuti originali e rilevanti per il target-group dell'azienda e che potesse essere collocata a supporto della più generale strategia di marketing dell'azienda stessa" spiega il prof. Nelli. "Gli studenti hanno avuto l'opportunità di presentare i loro progetti alla presenza dei rappresentanti delle aziende che hanno collaborato all'iniziativa e della giuria composta da professionisti del settore: Marco Mussini e Massimiliano Mellere dell'agenzia Domino Communication, la social media manager di Bloomet Srl Giulia Golino e il presidente dei Giornalisti degli Uffici Stampa della Lombardia, Furio Reggente".

"Per gli studenti è stata un'esperienza molto impegnativa: sono stati chiamati a cambiare prospettiva nell'approccio al marketing, proponendo alle realtà coinvolte una strategia di contenuti in chiave editoriale che ponesse al centro dell'attenzione gli interessi e le aspettative dei loro interlocutori nei diversi mercati in cui operano. Gli studenti si sono messi in gioco con entusiasmo,

fruttando al massimo l'opportunità di coniugare la teoria studiata in aula con la realtà, in vincoli e difficoltà che quotidianamente le aziende devono affrontare." La giuria, considerando una lunga serie di parametri di valutazione (la coerenza e l'originalità della proposta, le argomentazioni a supporto, lo sviluppo della strategia editoriale e la qualità della presentazione) ha deciso di segnalare i progetti proposti da 5 gruppi: "No sleeping company", che ha lavorato con l'Antica Trattoria da Cattivelli, "Gli Avengers", che ha preso in esame l'Azienda Agricola Pizzavacca, "The White Walkers", che ha formulato le proposte per la Cantina Sociale di Vicobarone, "Italica GM", che ha sviluppato un progetto per il Consorzio Salumi Tipici Piacentini, "MkTeam", che ha elaborato una lunga serie di iniziative per il Consorzio Tutela Vini D.O.C. Colli Piacentini.

Dopo un'attenta valutazione ha deciso all'unanimità di premiare a pari merito l'elevata qualità dell'analisi e della progettazione di due gruppi, i Wanna Marketing e i Digital Players che hanno così conseguito il massimo del punteggio anche ai fini dell'esame di Content & Digital Marketing I



I vincitori del progetto di marketing digitale dell'Università Cattolica



Il professor Nelli con membri della giuria ed alcuni esponenti delle imprese coinvolte nell'iniziativa



Gli studenti si sono messi in gioco al servizio delle aziende» (Roberto Nelli)

"Wanna Marketing", composto da 7 studenti (Leandro Peluso, Luciano Palma, Andrea Pistone, Francesca Natale, Antonio Napolano, Mirko Mirmina e Simone

Giannatiempo) hanno proposto al titolare de La Tosa, Stefano Pizzamiglio, una strategia di contenuti basata sul binomio 'vino e letteratura': brevi componimenti poetici che possano evocare le sensazioni scaturite dall'annata. Gli studenti Linda Cibien, Elettra Cravotta, Alberto Frisenda, Federico Lo Magno, Michele Scicchitano, Alessandro Sinatra e Pietro Visconte del gruppo "Digital Players", hanno suggerito a Franco Spaggiari della Locanda del Re Guerriero di puntare sul carattere emozionale, estetico e artisti-

co dei contenuti diffusi, focalizzando la strategia su tre aree tematiche: arte, sostenibilità e alimentazione biologica.

Al termine della valutazione dei lavori, Elisabetta Virtuani, presidente della Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli Piacentini, che ha collaborato sin dall'inizio alla realizzazione dell'iniziativa, e Andrea Burgazzi, presidente della Strada del PO e dei Sapori della Bassa Piacentina, hanno premiato i ragazzi dei due gruppi vincitori con un invito a una degustazione di prodotti tipici del territorio.

Classe del Marconi premiata per un museo 3D interattivo

I ragazzi, premiati a Torino, hanno lavorato sul tema "I muri, dall'antichità a oggi"

PIACENZA

● Prestigiosa affermazione di una classe del Marconi alla quinta edizione de "I linguaggi della contemporaneità", accademia-concorso legato alla didattica innovativa della storia promosso a livello nazionale dalla Fondazione per la Scuola S. Paolo di Torino sotto la direzione scientifica del prof. De Luna. La 5H informatici del Marconi ha lavorato alla implementazione informatica di un museo 3D interattivo sul tema "I muri, dall'antichità a oggi". Il progetto premiato è stato sviluppato in rete con altre 4 scuole in tre regioni e gli studenti hanno lavorato, rompendo la fisicità dello spazio classe, confrontandosi a distanza con la validità delle fonti storiche on line. Agli studenti piacentini, sotto la guida della prof.ssa Laura Chiozza, il merito di aver saputo costruire un prodotto accattivante sul piano della grafica e solido dal punto di vista storiografico. Lo dice la motivazione del premio che recita: "Un progetto di straordinaria originali-



La classe del Marconi premiata a Torino



tà in grado di ripercorrere diacronicamente il tema del muro dall'antichità all'età contemporanea, proponendo una serie di innovazioni informatiche di eccezionale forza espressiva al ser-

vizio di un'ipotesi storiografica solida e ben argomentata. Il lavoro di coordinamento e di gestione-ottimizzazione del lavoro risulta davvero impressionante, considerando da un lato che si tratta di un progetto informatico completamente sviluppato all'interno del mondo scuola, dall'altro che le scuole coinvolte nel gruppo di lavoro risultano sparse in 4 diverse regioni Lombardia, Emilia-Romagna e Piemonte." Lo sviluppo del software è frutto del lavoro di classe con il particolare impegno di due studenti particolarmente vocati all'informatica: Alex Ergasti e Francesco Rossetti.

HA INCONTRATO IL GRUPPO DI PIACENZA E RICEVUTO IL CAPPELLO

Il prefetto Falco alpino ad honorem



«L'IMPEGNO DELLE PENNE NERE» - Il prefetto Maurizio Falco, ha incontrato una rappresentanza del Gruppo Alpini di Piacenza. Durante l'incontro, al quale erano presenti il capo gruppo Gino Luigi Acerbi, il vice capo gruppo Nardo Fava, il segretario Tortellotti Ferdinando e il tesoriere Renato Bergamaschi, il prefetto, con particolare commozione, ha ricevuto in dono il tradizionale Cappello dell'alpino, simbolo della più alta tradizione di appartenenza alla Patria e dello spirito di unità nazionale. Parole di pieno compiacimento e di ringraziamento sono state espresse dal prefetto alla delegazione degli alpini per la sempre pronta disponibilità ad operare in favore della comunità nazionale, sottolineando la incondizionata dedizione e umana professionalità delle "Penne nere" nelle più diverse circostanze in cui la il Paese chiama i propri concittadini alla solidarietà ed al sacrificio. L'incontro si è concluso con l'impegno di una prossima visita a breve del pPrefetto alla sede del Gruppo.