

- [HOME](#)
- [#GUERRIERI](#)
- [X FACTOR](#)
- [CORPORATE](#)
- [AMBIENTE](#)
- [CULTURA](#)
- [SPORT](#)

## DETTAGLIO POST

[Back](#)

29/01/2014 alle 04:10

# Enel, dal Branded Entertainment soluzioni ottimali per innovare nella comunicazione

Studiare il fenomeno del “Branded Entertainment” per proporre soluzioni ottimali alle imprese che utilizzano questa leva di comunicazione. Ne ha parlato il responsabile Comunicazione e CSR di Enel **Paolo Iammatteo** nel corso del convegno “A cosa serve il Branded Entertainment? Dalla percezione del consumatore alla costruzione dell’identità di marca”, promosso da LUISS Creative Business Center e [Osservatorio Branded Entertainment](#), e tenutosi a Roma il 28 gennaio scorso.

Portando all’attenzione dei partecipanti le importanti esperienze di *brand content* del Gruppo Enel, a conferma dell’interesse verso le forme di comunicazione più innovative e dello stretto legame che unisce il Gruppo a clienti e consumatori, Iammatteo ha esposto insieme ad **Andrea Scotti**, Brand partnership manager di Fremantle Media, i sorprendenti risultati ottenuti dall’ultima edizione di “XFactor Italia” (di cui Enel è partner per il secondo anno consecutivo), in termini di pubblico, visibilità e risonanza in rete ottenuti.

Nel corso della tavola rotonda, moderata da **Giovanna Maggioni**, Direttore Generale di UPA, sono state discusse significative *best practices* del panorama internazionale quali il progetto “Artisti del Gusto”, presentato da **Annalisa Decaneva** (Brand content marketing manager Illy) ed **Emanuele Landi** (Director of AdSales&Brand Integration, Fox International Channels Italy), e il “Nail Lab” illustrato da **Cinzia Pirovano** e **Lavinia Fazio** (rispettivamente Advertising Manager e PR&Digital Strategy, Mycs Company - Pupa Milano).

Obiettivo anche dell’Osservatorio Branded Entertainment, fondato nel 2013 su iniziativa di **Elena Grinta**, oggi suo Direttore Generale, al quale, dallo scorso ottobre, hanno aderito importanti realtà nazionali ed internazionali come **Illy**, **Fremantle Media**, **Discovery Networks** e **Fox International Channels**.

Dallo scenario sul consumatore-spettatore, all’analisi di efficacia dei singoli progetti, dalla valorizzazione del suo mercato al censimento delle produzioni a livello nazionale e internazionale, l’attività scientifica dell’Osservatorio abbraccia tutti gli aspetti del branded entertainment. Al fine di comprendere l’attuale grado di ‘maturità’ del consumatore-spettatore nella decodifica del branded content, l’Osservatorio ha commissionato a 2B Demoskopea un’indagine di ampio respiro, i cui risultati sono stati presentati in anteprima al convegno.

La terza stagione di “**MasterChef**” e il nuovo format televisivo “**Guerrieri**”, infine, (ispirato dalla campagna omonima del Gruppo) sono le altre importanti *brand integration* sottolineate durante i lavori: si tratta di prodotti televisivi molto differenti ma entrambi caratterizzati da alto gradimento del pubblico, un ulteriore riscontro della *brand integration* nel consumatore.

126

| Like { 4 }

[Back](#)

## LASCIA UN MESSAGGIO

### Scrivi un Commento

Il tuo indirizzo Email non verrà *mai* pubblicato e/o condiviso. I campi obbligatori sono contrassegnati con \*

Il tuo nome \*

La tua email (non verrà pubblicata) \*

Il tuo sito (facoltativo)

Commenta

[Pubblica commento](#)

\* campi obbligatori

## Cerca

Cerca

[ricerca avanzata](#)

## I Più Popolari

### I più visti



•

#### [Il nuovo catalogo EnelPremia conviene anche all'ambiente](#)

È disponibile il nuovo catalogo EnelPremia, il programma di raccolta punti dedicato a tutti i clienti di Enel Energia. Anche quest'anno, il programma è incentrato sul conce  
[...]



•

#### [Enel Green Power al Global Green Energy Forum](#)

La crisi economica, il cambiamento climatico, lo sviluppo dello shale-gas. Sono tanti gli elementi che stanno animando il mondo dell'energia. In questo quadro, chi offre le  
migli [...]

## I più recenti



•

#### [Enel, dal Branded Entertainment soluzioni ottimali per innovare nella comunicazione](#)

Studiare il fenomeno del "Branded Entertainment" per proporre soluzioni ottimali alle imprese che utilizzano questa leva di comunicazione. Ne ha parlato il responsabile  
Comunic [...]

•

#### [Enel e MasterChef, una ricetta vincente](#)

Enel continua a mettere tutta la propria energia al servizio della terza edizione di MasterChef Italia, il talent show condotto dai giudici-cuochi Bruno Barbieri, Carlo Cracco  
e Jo [...]

## Multimedia

- [VIDEO](#)
- [PHOTO](#)
- [LINK](#)

[Enel "Semplice Luce" – spot 30" – soggetto coppia](#)

[Sicurezza sul lavoro. L'impegno di Enel contro i furti di rame](#)

[VAI ALLA VIDEO GALLERY](#)

## Tag Cloud

[Eni-Enel: intesa sulla mobilità elettrica](#)



- [Credits](#)
- [Contatti](#)





[VAI SU FLICKR](#)

- [Endesa](#)
- [Enel Basket Brindisi](#)
- [Fed. Italiana Nuoto](#)
- [Macro Roma](#)
- [MITO](#)