

## **Progetti di “Brand Integration” per consolidare o costruire i valori identitari di un brand**

### **Laura D’Ausilio Responsabile Iniziative Speciali**

Durante questo modulo si analizzerà come, a partire da una rete di vendita dedicata, si possa oggi realizzare progetti di comunicazione che utilizzano associazioni coerenti con i valori di un Brand, attraverso una combinazione di una vasta gamma di contenuti e servizi che consentono diverse sinergie in ottica Cross-Mediale. La prima sinergia raggiungibile è quella tra il contesto editoriale e il contenuto commerciale, grazie a progetti di PlotPlacement (brand integration) o di Branded Content (original content), oltre che da una pianificazione pubblicitaria affine ai valori espressi dal brand. C’è poi la sinergia delle attività sul territorio, molte delle quali alimentano le riprese di Product Placement e Branded Content per i programmi TV, Radio e Web. E infine c’è l’integrazione con le attività e i contenuti social, arricchite dai racconti delle esperienze delle persone che ne sono protagoniste insieme agli influencer, che nutrono i contenuti media e creano un loop virtuoso per la Brand Integration.