

Di cosa parliamo quando parliamo di original production nell'ambito del branded entertainment? Qual è la catena del valore sottesa? Partiamo da esempi concreti, da un programma che magari avete visto in TV, e riavvolgiamo il nastro, spesso molto lungo, fino al momento in cui tutto è cominciato. E da qui risaliamo la corrente, cercando di capire chi fa cosa, sperando di non dimenticare nessuno: case di produzione, centri media, concessionarie di pubblicità, canali e piattaforme e soprattutto Lui, il brand. Proviamo a disegnare un percorso ideale e a confrontarlo con le dinamiche reali, dove creatività e business si incontrano ed il miracolo, perché spesso è davvero tale, si compie.