

Birra Moretti e Ichnusa in cattedra alla Liuc

Pubblicato: Lunedì 10 Aprile 2017



Le storie di **Ichnusa** e **Birra Moretti**, due marchi di birre nostrane, arrivano **in aula alla Liuc**. Sono molte **le domande di marketing** portate all'attenzione degli studenti dell'Università Cattaneo **attraverso lezioni d'impresa** da parte **dei protagonisti**. Così **la Senior Brand Manager Ichnusa, Katia Pantaleo**, ha spiegato il lavoro di brand positioning che compie un marchio locale con l'ambizione di diventare nazionale, spiegando come il posizionamento vada a lavorare sul linguaggio della marca attraverso il packaging e la visual identity restando fedele ai valori della marca.

«Confrontarsi con questi ragazzi è stata una bella occasione per sperimentare la loro voglia di mettersi in gioco e di iniziare ad affacciarsi alle dinamiche aziendali» **ha commentato Pantaleo** che ha riportato il lavoro fatto per definire il linguaggio di una marca iconica e ha offerto delle anticipazioni sulle novità Ichnusa per spiegare la forza di un marchio fortemente radicato sul territorio. Del mitico *bafo* di Birra Moretti, nelle sue diverse sfaccettature, ha, invece, parlato **Marco Cristofolletto, Brand Manager Birra Moretti**.

Cristofolletto ha spiegato agli studenti cosa chiede un'azienda a un neolaureato: «La capacità di rapportarsi con culture e linguaggi differenti e di fornire sempre la propria opinione. Non vi chiederanno subito conoscenze tecniche, ma un pensiero fresco, in contrapposizione con lo status quo e l'abilità di fornire soluzioni creative».

Un bel modo di fare scuola, questo della Liuc, per insegnare i fondamenti delle strategie di marketing e andare oltre **attraverso lo storytelling delle imprese**, con un chiaro richiamo alla “umanizzazione” del prodotto, e il potere dei brand.

Afferma la Professoressa Carolina Guerini, Associato di Economia e Gestione delle Imprese, alla LIUC: «La dottoressa Francesca Corti, del dipartimento Risorse Umane aziendali, ha favorito l'organizzazione della collaborazione che intensificheremo nella focalizzazione di Marketing della Laurea Magistrale. I nostri studenti hanno compreso che nell'era digital possono fare co-creation con i brand».

Il corso di Marketing all'Università Cattaneo affronta le principali tematiche distinguendo tra attività analitiche, strategiche ed operative. Gli argomenti trattati includono: l'evoluzione delle teorie e della prassi aziendale in funzione commerciale; le vendite e la comunicazione; il significato e il ruolo della ricerca di marketing; la formulazione delle strategie comprese tra la segmentazione del mercato e le scelte di targeting e di posizionamento del prodotto/servizio.

di [Davide Bonamici](#)