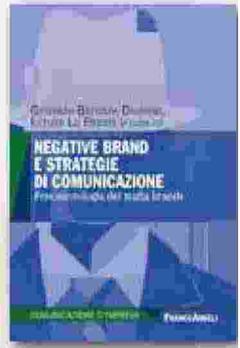


# La mafia combattuta con il marketing: il libro

La mafia studiata - e fronteggiata nei suoi stereotipi in continuo dinamismo - da una prospettiva accademica e di comunicazione strategica: *Negative brand e strategie di comunicazione - Fenomenologia dei mafia brands* è il nuovo volume di Letizia Lo Presti e Giovanni Battista Dagnino, docenti dell'Università Lumsa, edito da **Franco Angeli**. "Brand quali *Barbecue Mafia*, *Cosanostra*, *Mafioso* e *Labellamafia clothing*, che evocano immagini mentali discutibili, sembrano avere un mercato florido e un seguito di consumatori attenti ed esigenti - si legge nella nota dell'editore - questo volume esamina il paradosso connotato al fenomeno commerciale dei brand con accezione negativa, contestualizzandone caratteristiche e tendenze nel tempo e nello spazio. Il testo è rivolto ai professionisti e agli esperti di marketing, nonché agli studiosi di branding e di comunicazione e agli studenti delle lauree triennali e magistrali e dei master universitari". "Se il consumo è una forma di essere e di vivere e i prodotti sono luoghi del trasferimento di valori simbolici, sociali e affettivi - dice la professoressa Lo Presti - allora è necessario accanto allo sviluppo di un consumo critico sviluppare altresì un 'marchio critico' in cui la scelta del posizionamento e della commercializzazione diviene un fattore etico determinante per decretare la sua accettazione sul mercato. Se il marchio aiuta a creare un 'mondo possibile' nel quale i consumatori si identificano, è opportuno impegnarsi a far crescere la cultura della legalità e, parallelamente, impegnarsi per una cultura dell'etica del marketing nelle imprese".



LETIZIA LO PRESTI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



003600