

MARKUP 310
#CULTURA

Libri/ Recensioni

Psicologia dei consumatori



Questo libro, di Edoardo Lozza e Guendalina Graffigna, (Il Mulino, Bologna, 2022) fornisce una panoramica completa e aggiornata della psicologia dei consumi. Nell'ambito della psicologia applicata, l'attenzione posta sulle dinamiche economiche e di consumo è piuttosto limitata. Nel mondo accademico i ricercatori in questo campo non abbondano: lo dimostra la mancanza di una sezione specifica nell'laap (International association of applied psychology che pure conta 18 divisioni). Gli psicologi dei consumi e del marketing sono una minoranza: negli ultimi vent'anni oscillano tra l'1% e il 3% della popolazione di professionisti del Cnop (Consiglio nazionale dell'ordine degli psicologi). Poi c'è anche la concorrenza di discipline analoghe come il neuromarketing, al quale gli autori dedicano un capitolo (pagg.189 e seguenti). "Riteniamo che il termine 'neuromarketing' sia poco appropriato, in quanto non si tratta certo di fare marketing a livello neuropsicologico, ma più semplicemente di studiare i correlati neurobiologici dei processi di scelta dei consumatori al servizio di committenze (aziende, brand, ecc.): 'ricerca di mercato condotta con metodi neuroscientifici' sarebbe sicuramente più appropriato".

14 giugno | 2022

Musei/ Archivi d'impresa

Peroni 175 anni a portata di clic



Birra Peroni, socio fondatore di **Museimpresa**, l'associazione che riunisce 100 musei e archivi d'impresa italiane, prosegue nel percorso di valorizzazione del proprio patrimonio storico in chiave digitale. A pochi mesi dall'inaugurazione del Museo virtuale, ha presentato la versione digitale del suo archivio storico. Un patrimonio oggettivo, audiovisivo e documentale completamente inventariato su supporto digitale e ora in larga parte disponibile online, che racchiude 175 anni di vita aziendale e interseca tappe fondamentali della storia industriale e sociale italiana. Il sito dell'archivio storico Birra Peroni, realizzato da Promemoria, specializzata nella valorizzazione digitale degli archivi aziendali, consente la fruizione online di oltre 12.000 schede oggetti che descrivono il nucleo documentale dell'archivio, composto da 500 metri lineari di documentazione cartacea prodotta dall'azienda tra fine Ottocento e i nostri giorni. Oltre al materiale cartaceo, la digitalizzazione ha riguardato 1.400 pellicole (già depositate all'archivio nazionale del cinema d'impresa di Ivrea), 250 video di comunicazione istituzionale e pubblicitaria e 1.500 degli oltre 10.000 scatti fotografici e fotocopie di oggetti, macchinari e attrezzi disponibili nell'archivio fisico.

Premi Cultura+ Impresa

La short list dei progetti



Sono stati annunciati i 23 progetti che formano la lista ristretta/breve (short list) della IX edizione (2021-2022) del Premio Cultura + Impresa, il più importante osservatorio italiano su tre ambiti del campo neo-mecenatistico: 1) sponsorizzazioni e partnership culturali; 2) produzioni culturali d'impresa; 3) investimenti delle imprese in art bonus. Questi ambiti corrispondono alle tre categorie del premio. Istituzioni e operatori culturali pubblici e privati, aziende, fondazioni erogative e agenzie di comunicazione sono i protagonisti di questa alleanza che verrà celebrata con il consueto laboratorio (workshop) di premiazione che nella prima settimana di luglio assegnerà 3 primi premi di categoria e 6 menzioni speciali: Innovazione digitale delle arti (Digital Innovation in Arts, in collaborazione con Fondazione Italiana Accenture); responsabilità culturale d'impresa (Corporate cultural responsibility in collaborazione con il Salone della Csr e dell'innovazione sociale); Under 35 (in collaborazione con Patrimonio Cultura), Networking in Arts, Arte contemporanea + Impresa (in collaborazione con Artissima). Nella foto in alto il progetto vincitore del premio Cultura+Impresa 2020-2021: Le vie dei Tesori Onlus +Unicredit, categoria "Sponsorizzazioni e partnership culturali".

a cura di **Roberto Pacifico** | @RobertoPacifico3