



COMUNICATO STAMPA, 10 maggio 2023

Villarey, studenti in gara: a “Momenti (s)Corretti” il contest Alceo Moretti 2024

Non solo l’anice per arricchire il gusto del caffè ma anche tutta una serie di spirits e distillati da provare in ogni situazione. È “Momenti (s)Corretti” il progetto di comunicazione che ha vinto quest’anno il contest Alceo Moretti, 12esima edizione del contest organizzato nell’ambito del corso di Strategie per i Mercati internazionali della Facoltà di Economia Giorgio Fuà dell’Università Politecnica delle Marche.

Quest’anno circa 50 studenti dei professori Silvio Cardinali (docente di Comunicazione d’Impresa e Sales Management) e Gabriele Micozzi (docente di Strategie per i mercati internazionali) organizzati in agenzie si sono sfidati a realizzare la migliore campagna di comunicazione per la Distilleria Varnelli. “Gli studenti – spiega Cardinali – hanno creato un progetto di comunicazione destinato alla Generazione Z e Millennials per realizzare un forte un engagement nazionale e internazionale considerando anche che, trattandosi di alcolici, andavano rispettate le normative legate al suo consumo”.

I gruppi hanno lavorato ai progetti per tre mesi e nei giorni scorsi, a Villarey, fra le varie agenzie di studenti è stata scelta come vincitrice la campagna “Momenti Scorretti”, l’elaborato del team Amik(an) formato da Ilaria Nisi, Alessia Parente, Nicole Antonelli, Klara Minja, Mattia Bernabei e Alessia Grottini. “È stata innovativa l’idea di giocare, nel nome, con il concetto di correzione del caffè – aggiunge il prof Cardinali - Un ringraziamento alla Moretti Comunicazione e alla famiglia per aver confermato disponibilità a questo contest per ricordare Alceo a 103 anni dalla nascita. Una figura che rappresenta un riferimento, una fonte di ispirazione per chi si vuole affrontare il mondo della comunicazione ancora oggi”. Presenti alla premiazione oltre ai responsabili della Distilleria Varnelli, anche Giorgio Moretti, figlio di Alceo e oggi alla guida della Moretti Comunicazione. “È stata anche un’occasione – ha detto Micozzi - per presentare l’entusiasmante avventura imprenditoriale di una famiglia che è uno dei brand storici, non solo del nostro territorio, ma del Made in Italy. Complimenti a tutti i nostri allievi che hanno partecipato e che hanno espresso idee innovative dimostrando talento e concretezza”.