

PUBBLICITA'

**L'analisi della comunicazione
nel libro di Alessandro Aquilio**

Da anni ormai nelle pubblicità su tutti i mezzi di comunicazione è diventato immancabile l'uso del testimonial, il volto noto dello spettacolo, dello sport o di altri settori che "ci mette la faccia" e testimonia l'affidabilità di quanto reclamizzato. Quanto vale la sua parola? È la domanda cui tenta di rispondere Alessandro Aquilio nel suo libro intitolato appunto "Parola di testimonial" (Editore Lupetti). L'analisi si dipana con interviste a personaggi celebri protagonisti di spot in passato come Claudio Bisio e Massimiliano Pani, colloqui con esperti di comunicazione e tramite la presentazione di case history (casi emblematici). Nato all'Aquila, l'autore si occupa di comunicazione, ufficio stampa e rapporti con i media per un gruppo farmaceutico, collabora con le Università di Macerata e Roma "La Sapienza" e scrive di pubblicità sul sito www.brandforum.it.