**Heritage marketing: al via il contest per le Storie d’impresa**

(Verona, 25 ottobre 2017). Si sono aperti ufficialmente il 1° ottobre i termini per partecipare alla IV edizione del Premio Monografia d’Impresa, promosso dall’Osservatorio Monografie d’Impresa (OMI), l’unico ente europeo indipendente specializzato in heritage marketing.

A partire dal 2013, hanno partecipato al premio 154 opere, che fanno tutte parte dell’archivio storico delle imprese italiane: un unicum a livello internazionale, costituito dall’Osservatorio Monografie d’Impresa presso l’Università di Verona e composto da quasi 1.000 opere. Si sono aggiudicati le precedenti edizioni del Premio OMI le distillerie **Branca**, nel 2016, le cartiere **Fedrigoni**, nel 2014, e **Ballarini** strumenti di cottura, nel 2013.

Il Premio OMI sarà assegnato nell’autunno 2018 e vi possono concorrere tutte le storie d’impresa pubblicate, in qualunque formato – libro, video o digitale – tra il 1° gennaio 2014 e il 31 luglio 2018, termine ultimo per le iscrizioni (le modalità di partecipazione sono pubblicate nel sito [www.monografieimpresa.it](http://www.monografieimpresa.it/)).

La selezione delle opere è affidata a due giurie indipendenti, una composta da docenti e professionisti e l’altra da studenti di comunicazione, e si basa sull’analisi di contenuti, immagini, impaginazione grafica, qualità della stampa e della confezione, aspetto complessivo e creatività delle opere.

L’OMI si avvale di numerose collaborazioni accademiche, che includono l’Università di Verona, l’Università Salesiana Iusve di Venezia, il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma e l’Heritage Hub della University of Hertfordshire (GB).

Il Premio OMI è patrocinato dalla Regione Veneto e ha il supporto delle associazioni: AIMSC -Associazione Italiana Musei Stampa e Carta, Assocarta, Assografici, UPA, Ferpi, Assocom, Unicom, Ascai.

**L’Osservatorio Monografie d’Impresa** (OMI), con sede presso l’Università di Verona, ha lo scopo di diffondere la cultura della comunicazione d’impresa attraverso la valorizzazione della monografia istituzionale e svolge attività didattica e di formazione per studenti e addetti alla comunicazione aziendale. L’OMI gestisce un archivio che raccoglie, ad oggi, circa 1.000 opere ed è curato da un gruppo di studenti universitari, il cui compito principale è quello di studiare e descrivere – in apposite schede – obiettivi, contenuti e forma delle le opere prima della loro catalogazione.