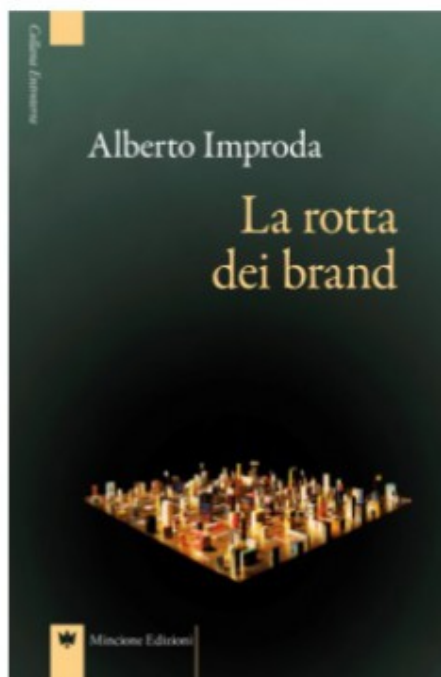


A proposito di brand, ne parliamo con l'autore



Presentazione

29 Aprile | Feltrinelli Colonna | Ore 18.00
Galleria Alberto Sordi 33 Roma

Intervengono: **Alberto Improda** (autore),
Federica de Denaro (Linea Verde Rai - La vita in diretta Rai),
Fabiola Cinque (Docente universitario
di comunicazione e marketing - Direttore di MyWhere),
Mario Quattrucci, Mariangela Mincione (editore).

LA ROTTA DEI BRAND Nella Società dei Consumi. Vi anticipo qualche riga dopo aver letto il testo ed essermi confrontata con l'autore.

Come definiamo l'attuale società? Società dei Consumi?

La società contemporanea, risulta governata dalla cosiddetta Economia della Conoscenza, che viene ad incidere in modo significativo sulle sue caratteristiche e sulle sue dinamiche.

Cos'è l'Economia della Conoscenza?

La Conoscenza, ovviamente, rappresenta un elemento che da sempre contraddistingue l'Uomo e lo accompagna nel suo percorso attraverso la Storia. Fino a tempi relativamente recenti, tuttavia, i legami e le interazioni tra la sfera

dell'Economia e quella della Conoscenza non erano mai stati oggetto di adeguata attenzione e di approfondita disamina. Oggi si suole stabilire la nascita di una vera e propria Economia della Conoscenza in coincidenza con l'avvento del Capitalismo Liberale, all'inizio del XIX secolo, quando la Rivoluzione Industriale traspone il sapere scientifico all'interno dell'azienda e realizza una dirompente Meccanizzazione del lavoro e della produzione; da qui inizia storicamente la continua e sistemica tensione dell'impresa verso la creazione di nuovi e più avanzati prodotti, lo studio di innovativi modelli produttivi ed organizzativi, l'apertura di ulteriori mercati.

In questo meccanismo rientra il Capitalismo?

Possiamo dire che il Capitalismo moderno, sin dai suoi albori, è sempre stato una Economia della Conoscenza, nel senso che nelle varie epoche storiche il valore è stato costantemente prodotto dalla organizzazione, dallo sfruttamento e dall'accrescimento del sapere disponibile, ovviamente secondo modelli e con modalità di volta in volta differenti.

E noi come ci collochiamo nel sistema economico?

L'Uomo contemporaneo, il cittadino dei nostri tempi, in buona sostanza, si trova a vivere nella realtà odierna una condizione estremamente difficile, profondamente contraddittoria, per qualche verso addirittura lacerante.

Da un lato, egli si trova inserito in un sistema economico, politico e sociale che si compone di una serie di meccanismi tutti finalizzati alla tutela dell'Accumulo, dove le necessità e le aspirazioni delle persone sono altamente neglette o addirittura non trovano cittadinanza. Dall'altro lato, egli vive immerso in una originale Economia della Conoscenza, basata su asset immateriali e intangibili, che si nutre di saperi, di culture e di innovazioni e che, conseguentemente, ha una necessità estrema e costante di nuovi ed originali

apporti da parte dei singoli individui.

La mia vita professionale è da sempre proiettata sul brand, sia per gli aspetti della comunicazione che per quelli del marketing. Il tutto però conseguentemente all'immagine del mondo della marca. Qual è il ruolo del Brand nella Società Moderna?

Esistono più nomi che vengono solitamente utilizzati per indicare questo elemento: Marchio, Marca, Logo, Trademark, Brand; tali termini a volte sono concepiti come equivalenti, altre volte tra di essi vengono operate delle distinzioni, talora anche piuttosto profonde. Utilizzeremo in questo testo i termini Marchio e Brand come sinonimi; la parola Marchio risulta più corretta da un punto di vista strettamente tecnico-giuridico, in quanto corrispondente alla terminologia formalmente utilizzata dalla legislazione del nostro Paese; la parola Brand appare invece maggiormente idonea a richiamare le prospettive evolutive del concetto in esame, in quanto meno vincolata alle rigidità imposte dal diritto vigente. Con i termini Brand e Marchio, in buona sostanza, vogliamo identificare quella unità concettuale, consistente in un segno distintivo, che contraddistingue i beni – prodotti e servizi – presenti sui mercati.

Il Brand, in un certo senso, accompagna da sempre il cammino dell'Uomo.

Sono pienamente d'accordo, in linea con l'analisi di Alberto Improda. Ma sono tematiche così vaste che non posso lasciar correre. Io ho bisogno di approfondimenti. E voi? Vi abbiamo incuriosito?

Collana *Entrepreneur*

Alberto Improda

La rotta dei brand



Mincione Edizioni

Ma