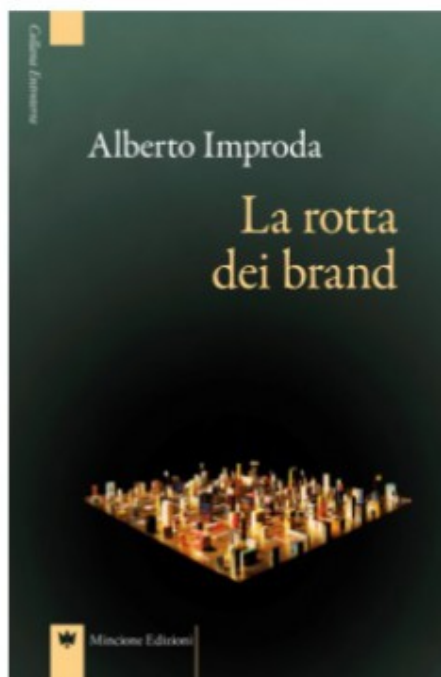


# A proposito di brand, ne parliamo con l'autore



## 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 *Entreterra*

Alberto Improda

# La rotta dei brand



Mincione Edizioni

Ma