

**Programma:**

*Antiche radici per un nuovo branding. Sviluppare e comunicare la marca del prodotto tipico.*

La marca trasforma il prodotto tipico in uno strumento di comunicazione dal fascino magico: narra vecchie storie, tradizioni e cultura locale. Il prodotto tipico brandizzato rappresenta un nuovo modo di sviluppare l'economia del territorio in risposta ai desideri del cliente, ma necessita di una comunicazione specifica.

**Lunedì 30 giugno 9.00 – 13.00**

Glocal-tipico: l'utilizzo del legame territoriale per lo sviluppo del brand e della comunicazione di marca;

**Martedì 1 luglio 9.00 – 13.00**

Sviluppo creativo dell'unicità e distintività del prodotto tipico in un contesto culturale territoriale condiviso;

**Martedì 1 luglio 14.00 -18.00**

L'importanza di comunicare il prodotto tipico e veicolare i valori di marca in ogni momento della relazione con il consumatore: dal packaging ai materiali, dai mezzi di comunicazione al punto vendita.

*Brand tipicamente in-store. Il tipico nel punto vendita e in ogni luogo d'acquisto.*

I momenti chiave dell'attività di vendita sono quelli in cui il cliente entra in contatto diretto con il prodotto tipico negli spazi di acquisto e degustazione. Il prodotto tipico deve essere quindi valorizzato attraverso modalità del tutto particolari: puntando sulla marca, su azioni di merchandising e promozione in-store in grado di coniugare lo spirito del produttore con quello del distributore.

**Martedì 15 luglio 9.00-13.00**

Proporre e sviluppare l'arte produttiva locale: possibilità ed esigenze della distribuzione commerciale;

**Mercoledì 16 luglio 9.00 – 13.00 / 14.00 – 18.00**

Progettare e gestire il luogo di vendita: l'esperienza straordinaria di shopping fra valori tipici, marca aziendale e territorio

*Per un plus di visibilità. Comunicazione aziendale e piano di comunicazione integrata.*

Costruire l'immagine aziendale necessita di distintività, strategia e di un progetto creativo cui affiancare metodologie e strumenti che, coordinati e integrati fra loro, supportano l'aumento di visibilità e notorietà ottimizzando gli investimenti. Occuparsi del modo con cui l'impresa e la marca comunicano diventa strategico visto che diventiamo ciò che comunichiamo.

**Giovedì 24 luglio 9.00 – 13.00**

Progetti per una nuova immagine aziendale: creatività, tecnica e risorse;

**Venerdì 25 luglio 9.00 – 13.00**

La comunicazione: un investimento strategico per l'impresa, il mercato e il territorio;

**Venerdì 25 luglio 14.00 – 18.00**

Pianificare la comunicazione aziendale in un'ottica integrata ed orientata ai risultati per posizionarsi sul mercato: tecniche, strumenti, obiettivi, mezzi, tempi e budget.

Per partecipare agli incontri è necessario effettuare l'adesione contattando Accademia d'Impresa (0461/382304) entro il 25 giugno 2008. E' richiesto un contributo minimo di partecipazione a parziale copertura delle spese pari a 100,00 Euro per ogni modulo formativo (per la frequenza di tutti 3 i moduli è previsto un importo totale pari a 250,00 Euro). I moduli formativi verranno attivati al raggiungimento del numero minimo di partecipanti pari a 12 persone.

## INFORMAZIONI:

**Accademia d'Impresa**

**Azienda Speciale della C.C.I.A.A di Trento**

Via Asiago 2 - 38100 Trento

tel. 0461/382304 - fax: 0461/921186

[info@accademiadimpresa.it](mailto:info@accademiadimpresa.it)

[www.accademiadimpresa.it](http://www.accademiadimpresa.it)