

«Il brand non viaggia solo in rete» Giovani industriali a scuola di strategia

COMO

L'eccellenza va comunicata, sfruttando tutte le armi che la modernità offre. Ma al primo posto c'è sempre la qualità.

Ne è convinto Marco Taiana, presidente del gruppo giovani di Unindustria Como. Che lancia un corso con i docenti alla Bocconi, dal titolo "Come progettare una strategia di brand orientata all'eccellenza".

Tra le particolarità di questa

iniziativa, è aperta anche ai non iscritti. Importante, perché il brand è il centro, ma spesso sono i piccoli ad avere più problemi a comunicare nel migliore dei modi il loro prodotto. Decisivo nel mondo attuale, figurarsi in vista della vetrina di Expo. E vuole essere una reazione a tempi delicati, fedeli a quel «Basta piangersi d'addosso» lanciato con Aldo Cazzullo poche settimane fa in un incontro.

Anche in questo caso web pro-

tagonista? «Cisà una parte dedicata anche a questo aspetto - osserva Taiana - ma il corso è più ampio e analizza tutto il percorso di comunicazione». Lunedì 24 febbraio dalle 9 alle 17.30 nella sede di Unindustria (via Raimondi 1) si terrà il corso formativo "Brand Value Management", organizzato appunto dal Gruppo Giovani Industriali di Como - con la Sda Bocconi ed Enfapi - e rivolto a imprenditori e manager.

«L'attuale contesto competitivo richiede alle aziende una maggiore attenzione ai brand, veri e propri "fornitori di esperienze" attraverso il design dei prodotti e dei servizi, il packaging, gli spazi commerciali, la comunicazione, i siti web e le community» viene sottolineato. I docenti saranno Bruno Busacca e Maria Carmela Ostilio. Le iscrizioni (gruppgiovani@unindustriacom.it) devono pervenire entro il 4 febbraio. ■



Marco Taiana durante un incontro con Aldo Cazzullo su Italia e crisi