

**BRAND TALKS**

# Retail e identità di marca

Progettare, tutelare e declinare l'identità sul punto vendita: aziende e professionisti condividono storie, consigli e buone pratiche.

## 12—6—2019 / 17.30

**Toolbox Coworking** / Via Agostino da Montefeltro, 2 – Torino

La distribuzione di prodotti al dettaglio è al centro di rapidi cambiamenti: in questo scenario la brand identity gioca un ruolo sempre più importante per rendere l'azienda riconoscibile e vicina al consumatore. Consulenti legali, esperti di comunicazione e imprenditori si incontrano per confrontarsi sul rapporto tra il brand e l'esperienza del consumatore nel punto vendita.

**Evento su invito a ingresso gratuito.**  
Al termine seguirà un aperitivo.

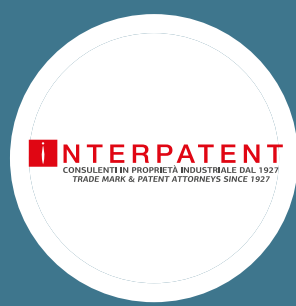
**Prenota il tuo posto**



**Simone Paoli**  
Art Director  
Forestae

### Gli elementi fondamentali di una Brand Identity riconoscibile

Cosa contribuisce a creare una brand identity efficace? Il logo, d'altronde, è solo la punta di un iceberg molto più esteso e complesso, di cui Forestae fornirà una panoramica, con un excursus sugli elementi – grafici ma non solo – che rendono riconoscibile un'azienda, differenziandola dalla concorrenza e memorabile nella mente del pubblico. Il tutto accompagnato da esempi di buone pratiche, spunti di riflessione e casi-studio emblematici.



**Alberto Furno**  
European Trademark Attorney  
Interpatent

### La tutela del layout nell'arredamento dei negozi retail

Come si fa a costruire un'identità precisa dello store, una sua personalità in grado di diventare vero e proprio brand con una immagine riconoscibile e vincente? Non sempre si considera che l'arredamento ed il layout del negozio stesso svolgono un ruolo rilevante per costruire l'identità di marca. L'intervento dello Studio di consulenza in proprietà intellettuale Interpatent si focalizza sul concetto di layout e affronta il tema della sua tutela nel settore dei negozi retail, con riferimento particolare alla possibile tutela come diritto d'autore e come marchio di impresa. Il talk offrirà una finestra di approfondimento con casi giurisprudenziali italiani (Kiko vs Wycon) e casi studio internazionali (la tutela del marchio 3d del negozio Apple).



**Francesco Aceto**  
Business Development  
Tech:art

### La percezione del prodotto e l'impatto visivo sul punto vendita

Le dinamiche di vendita sono in continua evoluzione: il punto vendita rappresenta un momento di incontro fondamentale tra chi propone e chi sceglie e acquista. Oggi si presenta completamente rinnovato, tecnologico, dinamico ed emozionale. Tutto è incentrato sull'esperienza di acquisto, in cui la motivazione del consumatore e comportamenti come l'acquisto d'impulso devono essere sempre di più al centro delle strategie di retail. Tech:art offrirà una panoramica sugli aspetti che determinano questa dinamica, forte degli anni di esperienza nell'affiancare aziende in tutte le fasi in cui la brand identity viene declinata: prototipazione, packaging, soluzioni di esposizione per la vendita.



**Micaela Grosso**  
Ufficio Stampa  
Gruppo Santa Rita

**Giuliana Coluzzi**  
Responsabile Marketing  
Gruppo Santa Rita

### Il caso studio Girarrosti Santa Rita: da 1 a 22 punti vendita, in 55 anni

Se il successo di un'impresa è, oggi più che mai, un obiettivo difficile da ottenere, lo è forse ancor di più l'ampliamento del business: per poter crescere, questo deve necessariamente poggiarsi su solide basi economiche e strategiche, con flessibilità e rigore. L'intervento si concentrerà sul racconto di come si è affermato il marchio Girarrosti Santa Rita, catena che conta oggi 22 punti vendita. Si analizzeranno le caratteristiche cruciali del brand in contesto retail, i fattori caratterizzanti e le modalità di mantenimento dell'identità aziendale, processo che ha richiesto nel tempo un passaggio obbligato per la tutela legale del brand.

Organizzato da

