



UNIVERSITÀ
DI TORINO

**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE A.A. 2022/2023**

Titolo della tesi: Comunicare un brand di acqua in Italia: Il caso Sant'Anna.

Autore: Borettaz Natalia

Abstract

Il marketing contemporaneo, sempre più digitale e in evoluzione, presenta numerose sfide nella comunicazione di un *brand*.

Questa tesi vuole esplorare come Acqua Sant'Anna, *brand* consolidato nel settore delle acque minerali in Italia, affronta le sfide digitali.

A prima vista, questo settore potrebbe sembrare meno suscettibile alla digitalizzazione rispetto ad altri ed è stato proprio questo pensiero a catturare la mia attenzione.

Il primo capitolo analizza la *brand identity*, applicandola all'analisi empirica di Sant'Anna.

Il secondo capitolo esplora l'*influencer marketing*, concentrandosi sugli *influencer* di Acqua Sant'Anna e sulle strategie sui social media.

Infine, il terzo capitolo esamina i *competitor* nazionali, le tendenze del settore e si conclude con un'analisi sul mio ruolo come tirocinante presso Dunter, agenzia di comunicazione torinese che gestisce la presenza online di Sant'Anna.