

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL
MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2021/2022**

Titolo della tesi: Brand identity territoriale. Il caso VDA

Autore: Irene Innocente

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del brand e la sua applicazione nel progetto dell'azienda Nethics per un ente culturale della Valle d'Aosta.

L'elaborato affronta il concetto di brand esponendo le teorie di vari studiosi, mostrandone il cambiamento subito nel corso del tempo.

Inizialmente vengono trattate le varie fasi necessarie all'analisi, creazione o miglioramento e promozione di un brand, evidenziando gli elementi di cui è composto.

Successivamente si affronta il concetto di brand da un punto di vista locale, mostrando similitudini e differenze nell'approccio, passando da un ambito aziendale ad un ambito territoriale, trattando gli aspetti da tenere in considerazione nel caso di promozione di un luogo o di elementi strettamente collegati ad esso.

Infine, viene esposto l'approccio pratico, nel progetto affrontato in sede di tirocinio, dell'argomento trattato nell'elaborato a livello teorico. Il progetto prevede la realizzazione e promozione di un'identità visiva coerente tra tutte le locations appartenenti all'ente culturale di grande valore patrimoniale.