



**A S T Ā R E A**  
SOLUTIONS FOR MANAGEMENT

# Andare a tempo. 2013

## L'Heritage

Progettare, valorizzare, comunicare la Cultura d'Impresa

- Laura Cantoni, Astarea - La Ricerca: L'Heritage di Impresa come asset per la Marca
- Francesco Moneta, Fondatore The Round Table - Una piattaforma integrata per la Cultura d'Impresa
- Magda Marsili, Segretario Generale Museimpresa - Il Valore della Storia d'Impresa
- Biagio Longo, Ferpi - L'Heritage d'Impresa nel rapporto con i Media
- Fabrizia De Vita, Responsabile Pubblicità Istituzionale e Progetti Speciali Edison S.p.A - Celebrare un anniversario

# Andare a **tempo**. 2013

## Market driver e strategie

Concept di tendenza per l'innovazione

### L'Heritage

12 Giugno 2013

# Perché Andare a Tempo

## Studiare il cambiamento

- Un tentativo di leggere gli elementi più dinamici
- Un nuovo modo di fare marketing research
- Innovare con metodo e immaginazione

# Asse Progetto vs Bricolage



Tensione al cambiamento

Risorse scarse e sviluppo

Supersocietà

Sostenibilità strategica

# Asse Confluenza vs Individuazione



Valorizzazione delle identità

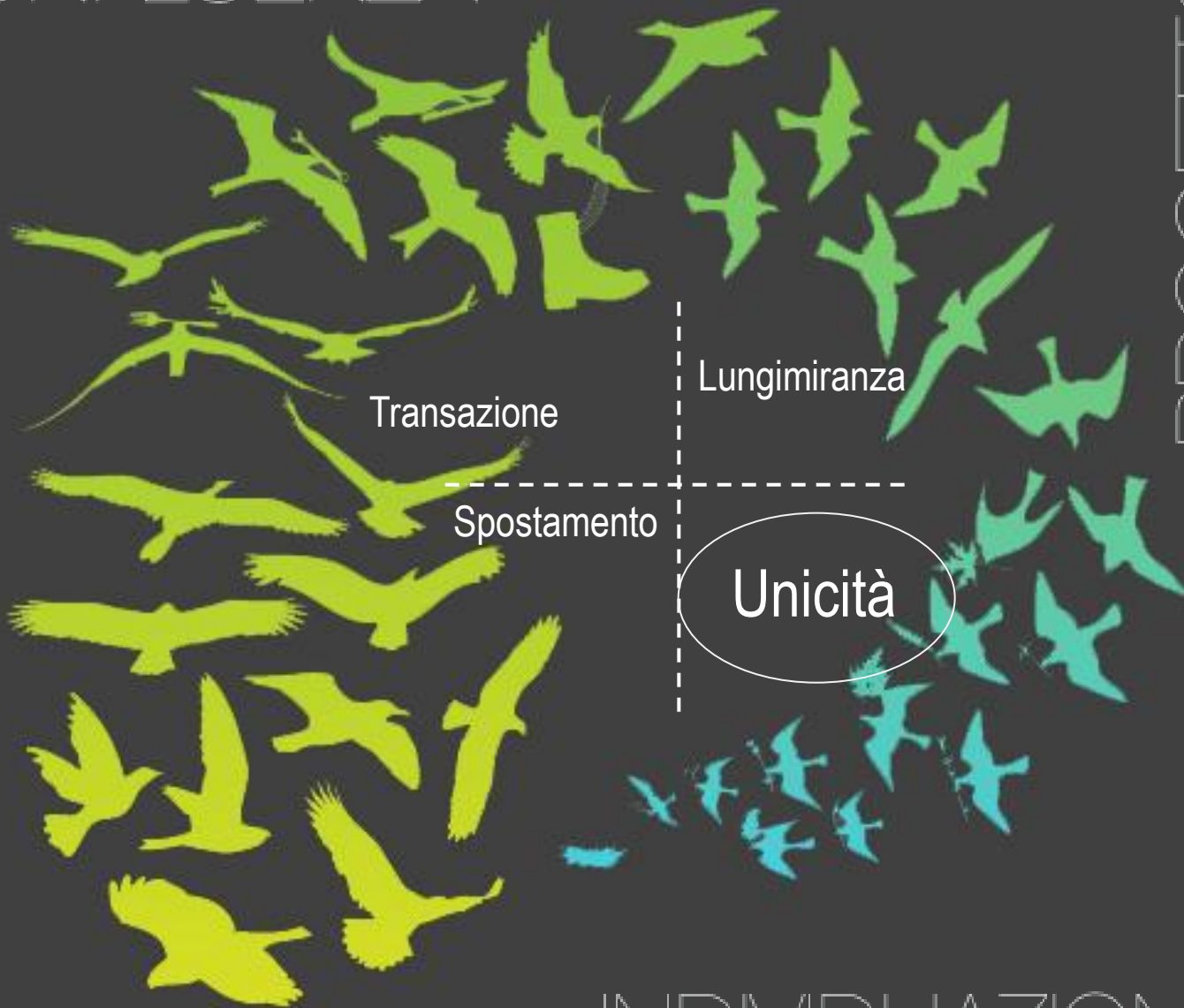
Gratificazioni narcisistiche

Passato non nostalgico

Appartenenza ,radicamento

CONFLUENZA

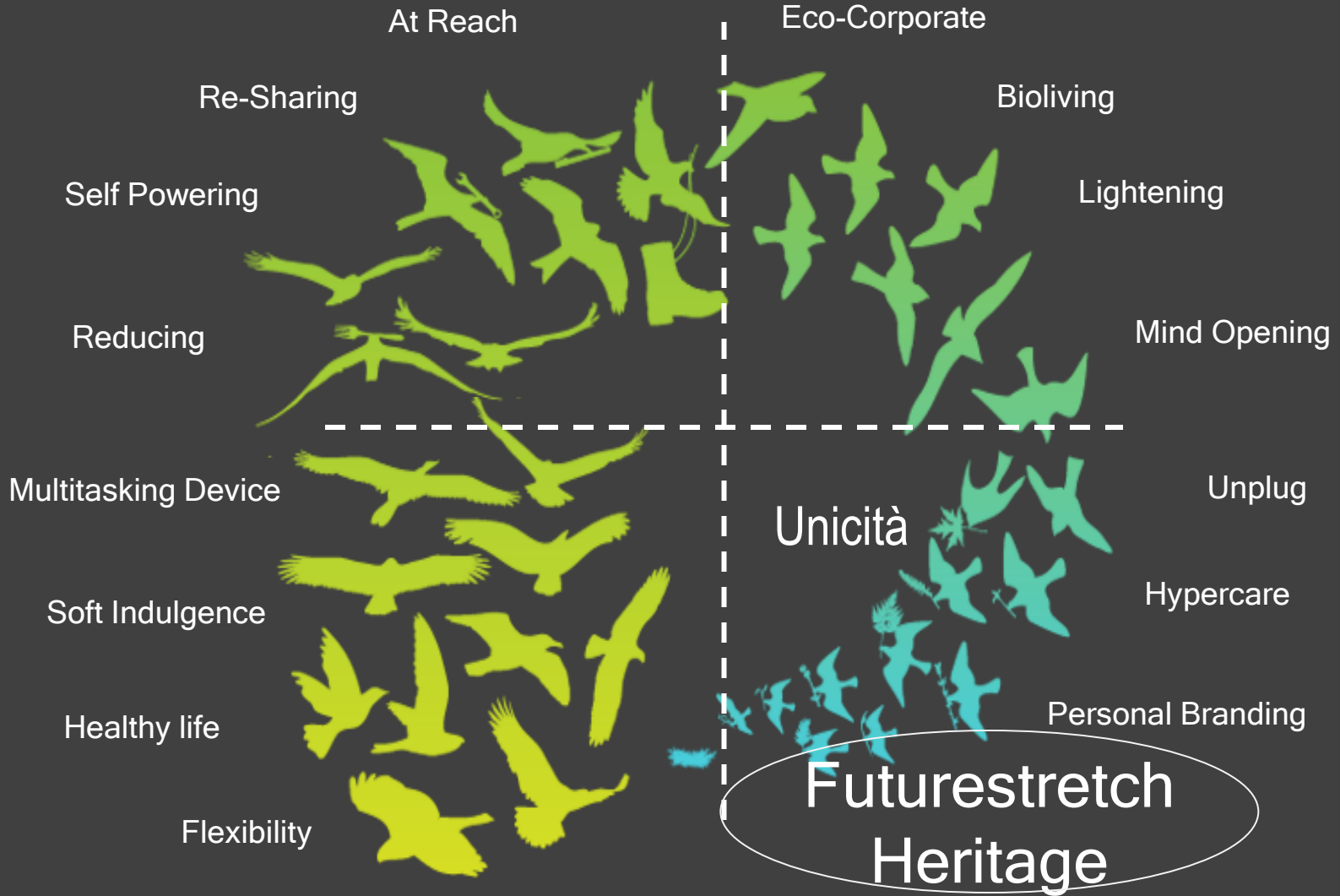
BRICCOLAGE



PROGETTO

INDIVIDUAZIONE







# Futurestretch Heritage

Primato della originarietà  
Ieri+Oggi verso il domani  
Ripartire dalle radici in chiave contemporanea  
Il passato in senso antinostalgico

**Futurestretch  
Heritage**

- L'Impresa: il ruolo degli intangible asset
  - i bilanci sociali ed ambientali
  - il capitale intellettuale
  - la formazione

## Lo scenario: alla base dell'Heritage

- La Marca: crisi di crescita
  - selettività dei consumi
  - relazione meno assoluta con la Brand
  - fiducia oltre la “qualità”

## Lo scenario: alla base dell'Heritage

- Oltre la “qualità”: l'Impresa dietro alla Brand
  - “trust”
  - rassicurazione tangibile
  - rilevanza del processo

# Lo scenario: alla base dell'Heritage

- I credits dell'Impresa
  - mission e vision
  - pratiche
  - storia: l'Heritage

## Lo scenario: alla base dell'Heritage

- L'Heritage: passato antinostalgico
  - unicità e distintività
  - quello che si era e che si è
  - quello che si vorrà essere



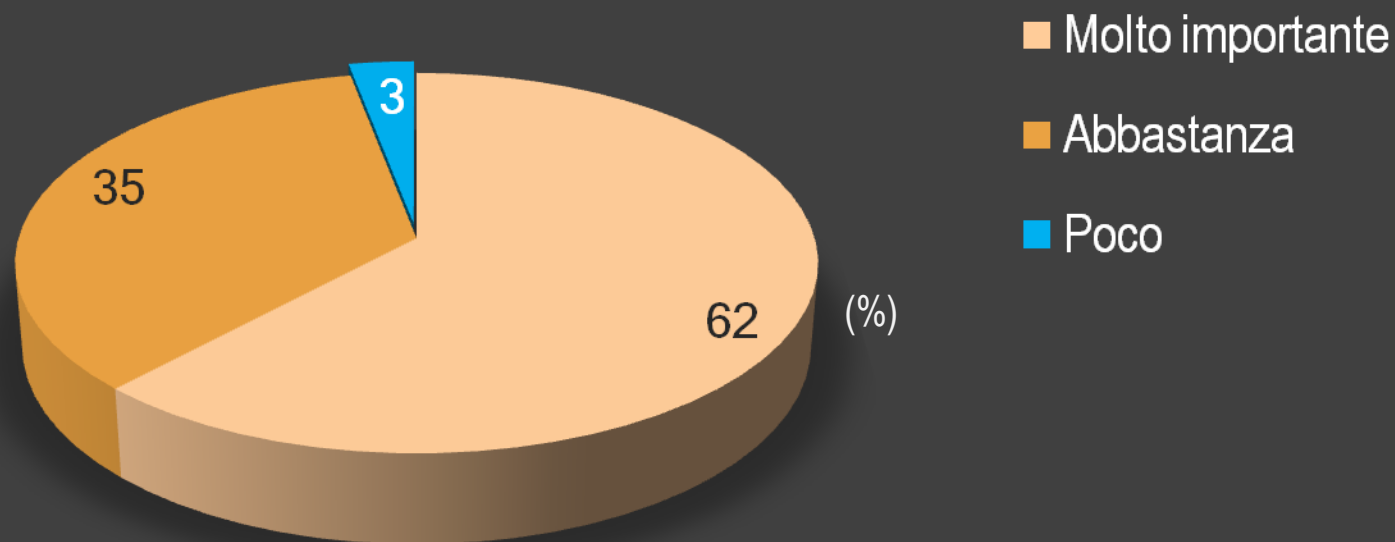
## Lo scenario: alla base dell'Heritage

- L'Heritage: i significati
  - know how sedimentato
  - rapporto consolidate col mercato
  - cultura materiale / identità visibile

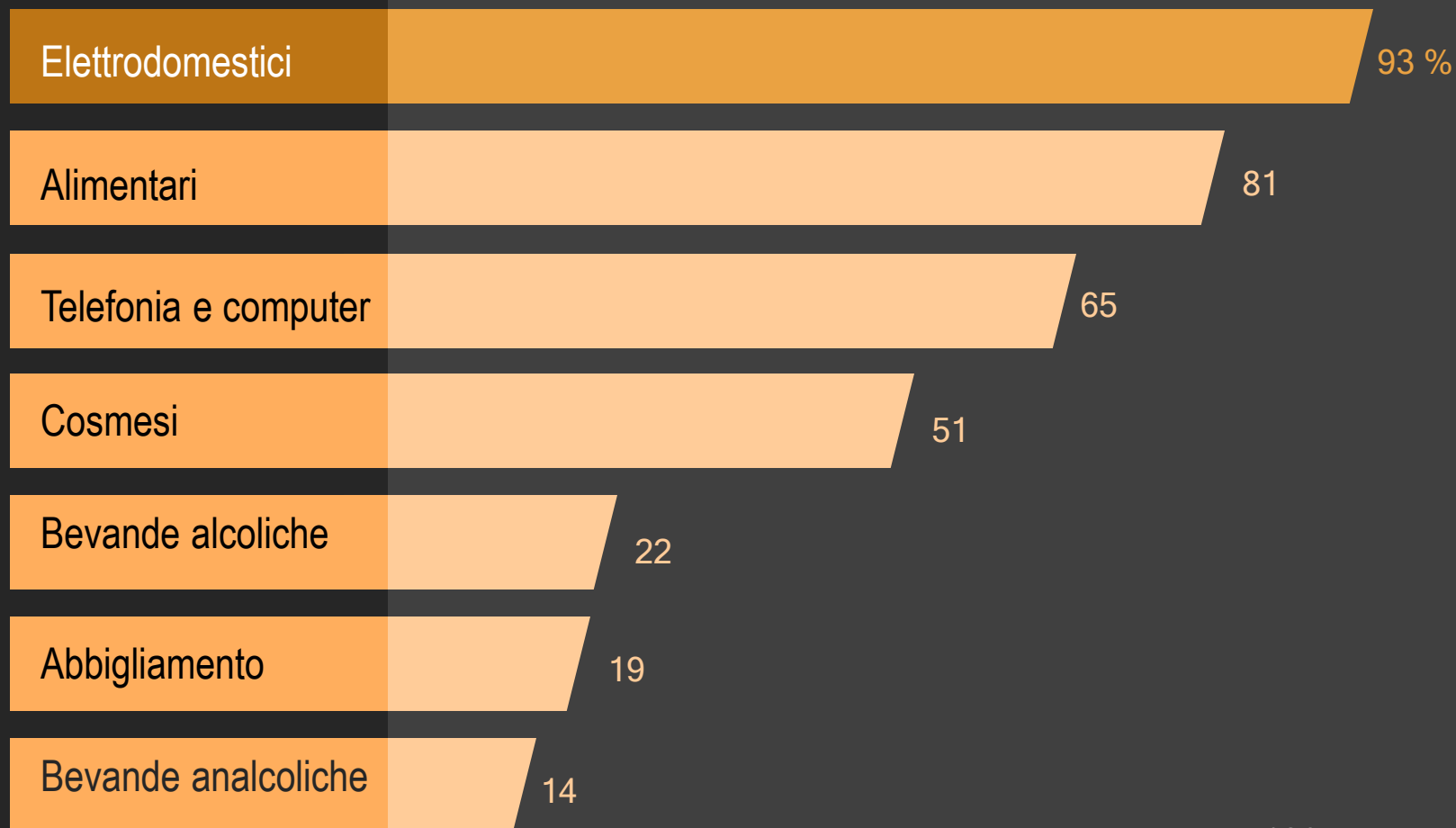
# Una ricerca:

L'Heritage di Impresa come Asset per la Marca

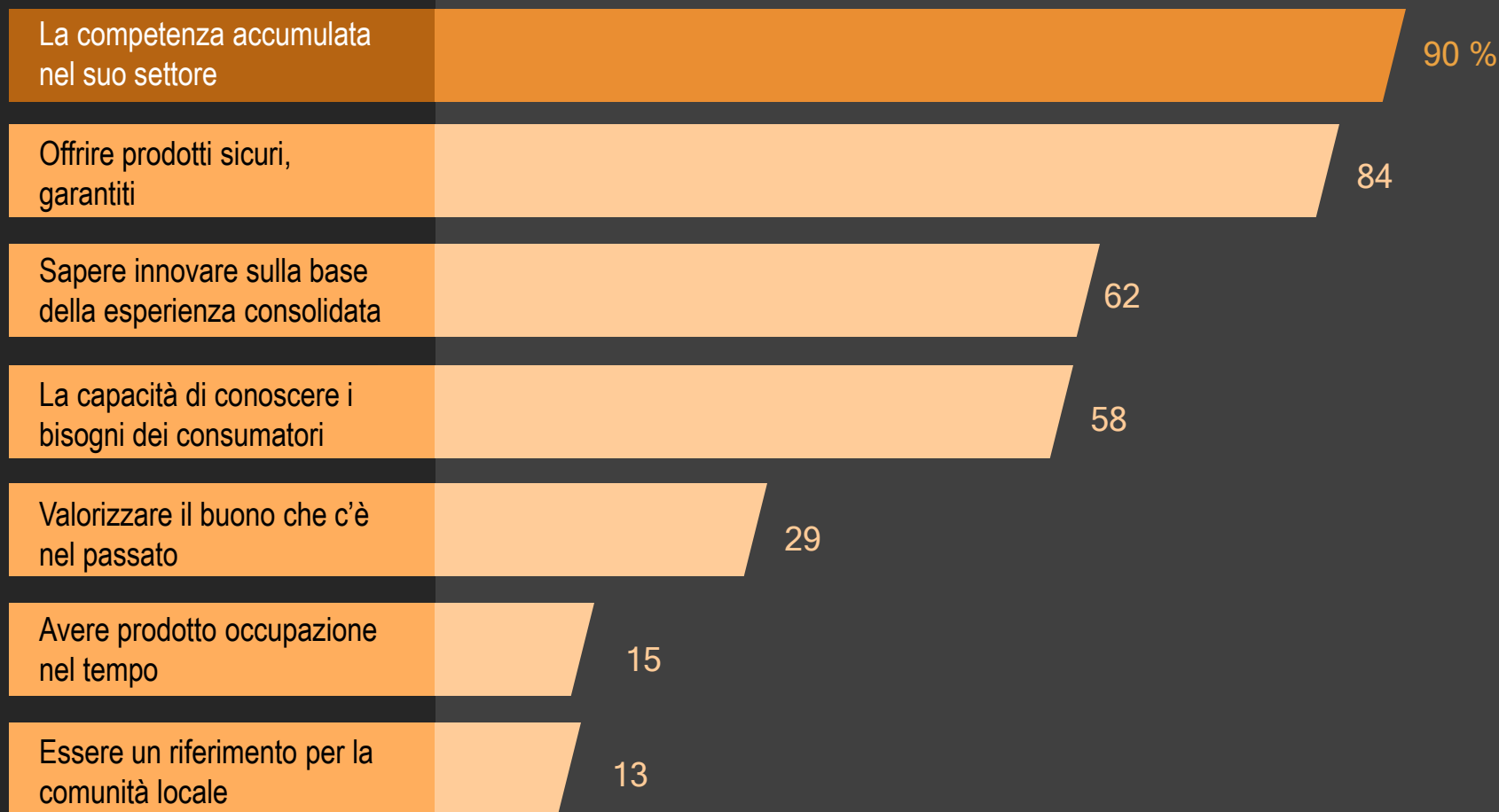
- E' importante che una Marca sia prodotta da una Impresa che è sul mercato da molto tempo?



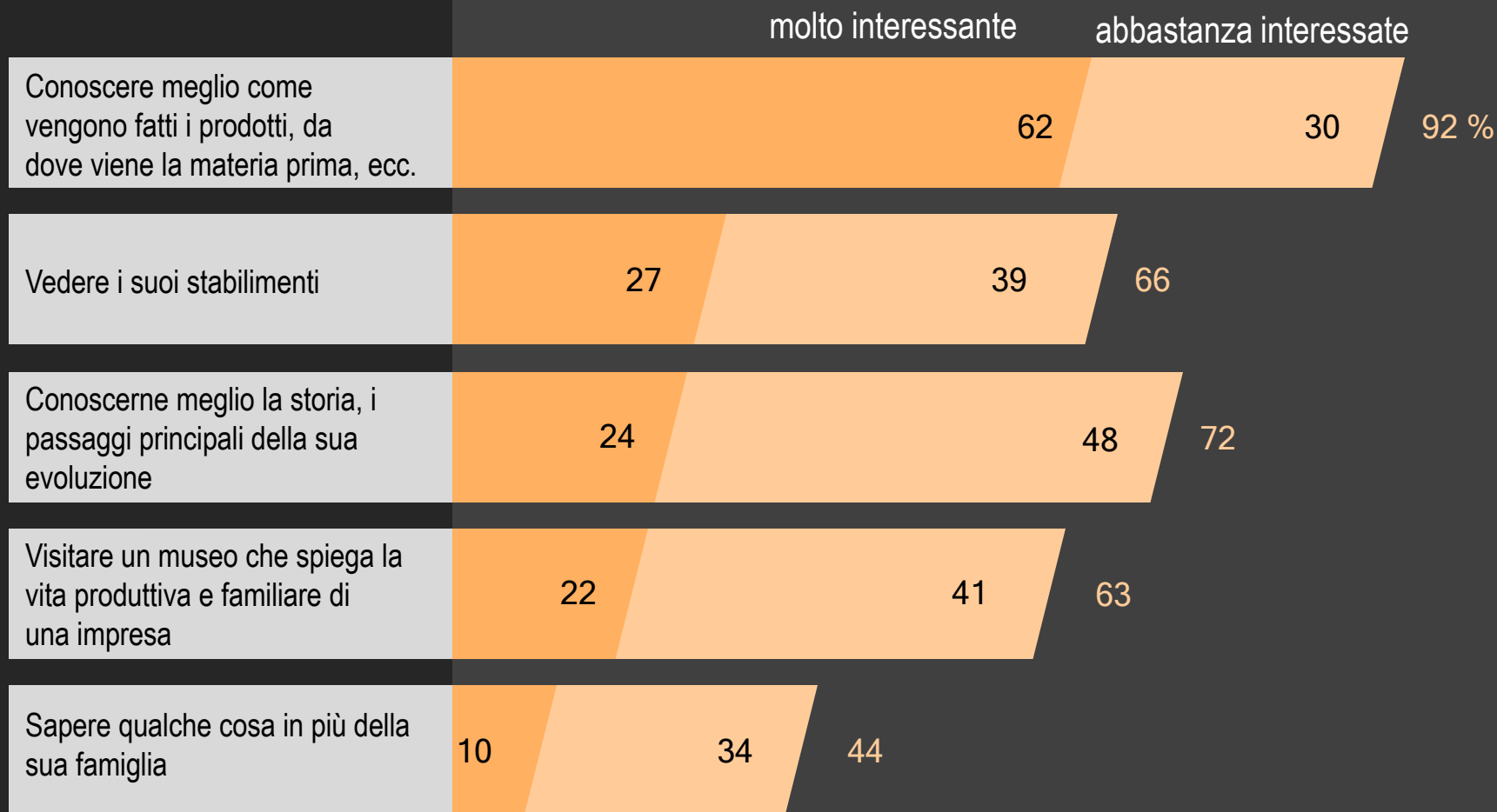
- In quali settori merceologici è importante che una marca sia prodotta da un'Impresa che è sul mercato da molto tempo?



- Quali sono i valori associati ad una Marca prodotta da un'Impresa che è sul mercato da molto tempo?

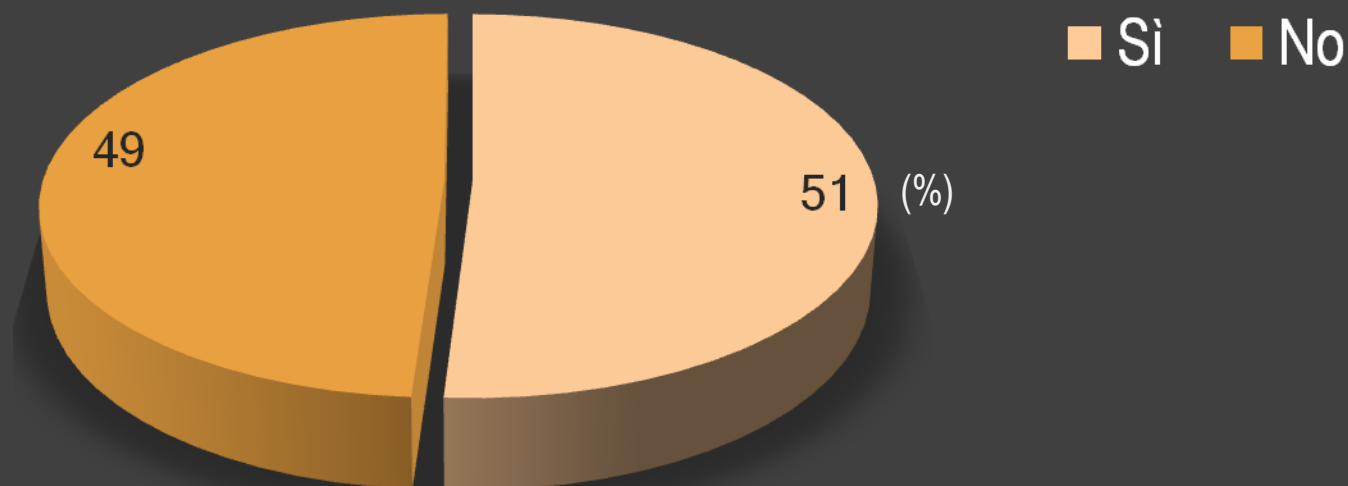


- Che cosa interessa di una Impresa che è sul mercato da molto tempo?



Base: 120 casi

- Le è mai capitato di vedere immagini, filmati, macchinari, documenti, confezioni di vecchi prodotti, annunci pubblicitari, edifici, che caratterizzano la vita produttiva e familiare di una Impresa?



- Se si ... perché questo è stato di suo interesse?
  - La conoscenza dei valori e della filosofia
  - Il contatto con le persone che ci lavorano
  - La visione complessiva del processo di produzione
  - La presa diretta con la fabbrica
  - La comprensione delle modalità organizzative
  - L'approfondimento sulla storia di prodotti noti



- Se si ... perché questo è stato di suo interesse?

*... « ho visto a Rho la facciata della Citterio, che credevo finta e costruita per lo spot, sono rimasta colpita che ci sia veramente ... »*

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?
  - Puntare alla durata, non usa e getta
  - Coniugare la tradizione con l'innovazione, la maestria attraverso le epoche
  - Fornire valore con continuità : marchi vicini, familiari, sicuri, affidabili
  - Migliorare il futuro delle giovani generazioni

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?
  - Svolgere una funzione identitaria: appartenenza ed affidamento
  - Garantire sicurezza: punti fermi, fondamentali solidi, stabilità nel tempo
  - Costituire un fattore di orgoglio della qualità italiana nel mondo, eccellenza nell'ingegno e nella creatività
  - Fungere da barriera all' aggressività dei prodotti esteri e della cultura esterofila

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?
  - Esprimere un impegno: sacrifici per stare sul mercato, attenzione all'ambiente, tenuta contro la decolalizzazione
  - Contribuire alla salvaguardia dei livelli di occupazione, come lotta alla crisi

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?

*«...avere Imprese di lunga tradizione è motivo di orgoglio per gli italiani ... prodotti sicuri e di qualità che hanno le proprie radici nel passato ma si rinnovano continuamente...»*

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?

*«...da generazioni significa che ci si è trovati bene e nessun competitor è riuscito nella qualità, ed anche nel prezzo, ad essere migliore...»*

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?

*«...è importante soprattutto in questo momento di globalizzazione avere dei punti di riferimento solidi su cui contare...»*

- Quale Il ruolo di un'Impresa di lunga tradizione per gli italiani e la economia italiana?

*«... piace pensare che ci sia una cultura industriale, una capacità di innovare e ricercare sempre ... »*



# Una sintesi

- Enfatizza la verità del prodotto e la sedimentazione del Marchio
- Indica il radicamento nel rapporto con il mercato e la sua evoluzione
- Significa capitalizzazione del sapere non celebrativa, ma come pilastro su cui costruire il futuro, trait d'union con le sfide da affrontare

# Una sintesi: il ruolo dell'Heritage per la Marca



- Arricchimento dei significati della Marca
- Tangibilità del rapporto con lo sviluppo di riferimenti concreti
- Incremento del riconoscimento sulla base di tratti unici

# Una sintesi: perché comunicare l'Heritage



- Un fattore determinante nella cultura d'Impresa
- Un vettore di identificazione per gli stakeholder
- Una forza evocativa rispetto alla identità di impresa
- Il patrimonio storico-materiale: un bacino di immaginario da capitalizzare e condividere



A S T Ā R E A

Astarea srl  
T. +39 02 89423927  
F. +39 02 83390294  
infoastarea@astarea.it  
www.astarea.it