



HOMEPAGE NOTIZIE EVENTI E CULTURA ENOGASTRONOMIA TRASPORTI HOSPITALITY MOTORI VIAGGI



POPULAR TAG

# RYANAIR (29)

# GRAND TOUR DELLE MARCHE (15)

# MARIA CARMELA COLAIACOVO (13)

# RIMINI (13)

# MSC CROCIERE (13)

# BARCELLONA (12)

# LEONARDO MASSA (12)

# NAPOLI (11)

Guida pratica al Brand Reloading Tecniche e best practice per rigenerare la marca > Eventi e cultura > Guida pratica al Brand Reloading Tecniche e best practice per rigenerare la marca



Guida pratica al Brand Reloading Tecniche e best practice per rigenerare la marca

Cronache Turistiche | Aprile 3, 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600



In libreria dal 10 marzo la “La Guida pratica al Brand Reloading Tecniche e best practice per rigenerare la marca” a cura di *Patrizia Musso*, presentata in via Monterosa a Milano presso la sede del Travel Innovation Hub della società di MSC Cruises. Un testo ricco di spunti per valorizzare le competenze e le conoscenze dei professionisti nel contesto lavorativo quotidiano, con implicazioni anche sulle aziende del settore del turismo e dell’hotellerie ma anche di analisi e frame concettuali per studenti e studiosi del settore, utilizzato in ambito accademico.

Dopo oltre dieci anni dall’uscita del fortunato Brand Reloading, Patrizia Musso torna sul tema con un nuovo testo, che affianca una solida ma agile parte teorica a tre sezioni di taglio pragmatico, con riflessioni e strumenti aggiornati per rigenerare in modo efficace un brand.

Il punto di partenza è la complessa fisionomia del brand contemporaneo, sempre più multifaccettato e difficile da governare: un brand deve sapersi distinguere pur rimanendo ancorato a precisi valori aziendali; deve risultare dinamico e al passo con i tempi, ma anche coerente e in sintonia con il proprio pubblico di riferimento, esterno o interno.

Partendo da 5 parole chiave (Accountability, Branding al quadrato, Cross-fertilization, Disruptive Innovation, Engagement), riassunte dal facile acronimo ABCDE, il volume illustra come si possa concretamente rigenerare un brand sia dal punto di vista del marketing e della comunicazione sia da quello dell’Internal e dell’Employer Branding.

Le tecniche e le azioni pratiche correlate vengono spiegate e “messe alla prova” tramite esempi concreti tratti da industry diverse e con target differenziati, per mostrarne la flessibilità. Una nutrita serie di best case consente poi di analizzare ancor più da vicino alcuni nuovi approcci di Brand Reloading in 5 settori nodali come **la moda, il beauty, il food, il turismo e l’arte/cinema**.

La sezione conclusiva è un focus dedicato al Branded Entertainment, un approccio comunicativo in forte crescita che, facendo leva su valori aziendali, può costruire contenuti originali.

*Patrizia Musso*, esperta e studiosa di branding, ha ideato e dirige dal 2001 Brandforum.it. Adjunct Professor presso l’Università Cattolica



di Milano, è formatore aziendale per importanti brand italiani e multinazionali; per FrancoAngeli è autrice di Brand Reloading (2011), Slow Brand (n.e. 2017), con A. Olietti, Turismo digitale (2018) e con M.L. Bionda, Brand Renaissance (2020).

Alla stesura del testo scritto a più mani hanno collaborato

– **Silvia Mussa** – *Trade Marketing and Partnership Manager* – **Bluvacanze**

– **Elisabetta Sala** – *Retail Director* – **Catalina Marketing Italia**

– **Alessandra Olietti** – *Esperta di comunicazione turistica* – **docente Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano**

EVENTI E CULTURA

NOTIZIE

Nei Club Family Hotel a Cesenatico pacchetti vacanza a rate A Palma di Maiorca la prima Convention Pan-Europea di BWH con 200 euro al mese Hotels con 1.200 albergatori da tutto il mondo

## Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati \*

Commento \*

Nome \*

Email \*

Sito web

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento.

INVIA COMMENTO

