

**CORSO DI POLITICHE URBANE E  
TERRITORIALI  
PROF. GUGLIELMO TRUPIANO**

Immagine e città

# CHE COS'È IL CITY BRANDING?

Il city branding fa riferimento a tutte le attività implementate con il proposito di far divenire una città da luogo a **destinazione**.

“Un branding di successo” dice Robert Jones, consultant director di Wolff Olins, “può far divenire una città in un luogo dove la gente vuole vivere, lavorare e visitare”.

Il city branding è spesso **confuso** con il city marketing. La differenza deriva dal fatto che il city marketing utilizza i desideri ed i bisogni come principi guida per le operazioni di organizzazione, laddove per il caso del branding questo ruolo è determinato da una data vision, mission ed identity [...].

Il city branding crea un brand singolo per la città e lo estende a tutte le sue offerte ed interazioni. Dal punto di vista del consumatore, ciò crea **un'unica immagine** della città ai livelli di interazione. Ciò aiuta anche ad evitare la necessità di presentare caso per caso un'immagine della città per ogni sua offerta ai consumatori

# L'IMMAGINE DELLA CITTÀ

*Brainstorming: quali sono gli elementi che costituiscono l'immagine di una città?*

Agiamo sul livello della percezione e non sul livello della realtà



## **LINK DI APPROFONDIMENTO CONSIGLIATI:**

**CAMPAGNA GREAT**

[HTTP://WWW.GREATBRITAINCAMPAIGN.COM/#!/HOME](http://www.greatbritaincampaign.com/#!/home)

**CAMPAGNA FIND RUFUS**

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=TJDH6IDG2NWU](https://www.youtube.com/watch?v=TJDH6IDG2NWU)

**CAMPAGNA MY PERFECT DAY IN VIENNA**

[HTTP://WWW.MYPERFECTDAY.WIEN.INFO/](http://www.myperfectday.wien.info/)

**CAMPAGNA ITALY – EXTRAORDINARY COMMONPLACE**

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=LAXQHU32BM4](https://www.youtube.com/watch?v=LAXQHU32BM4)

**VISIT LAZIO – GIARDINO**

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=3PQATAIYESG](https://www.youtube.com/watch?v=3PQATAIYESG)

**VISIT LAZIO – ABBAZIA DI FOSSANOVA**

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=ZBIJ9DXX5EE](https://www.youtube.com/watch?v=ZBIJ9DXX5EE)

**BRAND REGIONALE TRENINO**

[HTTPS://WWW.VISITTRENTINO.IT/IT](https://www.visittrentino.it/it)

**TRENINO MARKETING**

[HTTP://WWW.TRENTINOMARKETING.ORG/EN/](http://www.trentinomarketing.org/en/)

**DEMOS PLAN**

[HTTP://DEMOS-PLAN.DE/](http://demos-plan.de/)

**BOLOGNA – CITY BRANDING**

[HTTP://WWW.URBANCENTERBOLOGNA.IT/BOLOGNA-CITY-BRANDING](http://www.urbancenterbologna.it/bologna-city-branding)

**CASO HUDSON WOODS**

[HTTP://PLACEBRANDOBSERVER.COM/HOW-TO-BRAND-HOUSING-DEVELOPMENT-CASE-STUDY-HUDSON-WOODS-NEW-YORK/](http://placebrandobserver.com/how-to-brand-housing-development-case-study-hudson-woods-new-york/)

**CASO LONDON BRIDGE**

[HTTP://PLACEBRANDOBSERVER.COM/LONDON-BRIDGE-PLACE-BRANDING-CASE-STUDY/](http://placebrandobserver.com/london-bridge-place-branding-case-study/)

**CASO CORK**

[HTTP://PLACEBRANDOBSERVER.COM/CORK-CITY-BRANDING-CASE-STUDY/#CORKPLACEBRANDPROBLEM](http://placebrandobserver.com/cork-city-branding-case-study/#CORKPLACEBRANDPROBLEM)

**CASO BARCELLONA**

[HTTP://PLACEBRANDOBSERVER.COM/REBRANDING-BARCELONA-CITY-BRANDING-CASE-STUDY/](http://placebrandobserver.com/rebranding-barcelona-city-branding-case-study/)