

Brand... per non bruciarsi

Brand, che deriva dalla lingua norrena - un'antenata delle lingue scandinave moderne, per intenderci - e significa letteralmente "bruciare", è ritenuto oggi essere un sinonimo di "marca". Dico ritenuto perché originariamente la marca (dal francese "marque") veniva apposta per indicare la qualità di un prodotto, mentre "brand" sottintendeva l'atto di marchiare il proprio bestiame col fuoco per indicarne il possesso e la proprietà. In questo scritto utilizzerò la parola brand, poiché a mio avviso rende più efficacemente l'idea del contrassegnare un oggetto come proprio o di propria produzione. Il branding - oggi - aiuta infatti l'azienda a posizionarsi nella società e a differenziarsi dai concorrenti, crea e in seguito solidifica la reputazione dell'azienda e concretizza il valore delle sue marche. Il brand si realizza (anche) attraverso una pubblicità diretta e indiretta: dalle classiche reclame a degli investimenti più mirati in progetti che potrebbero, un giorno, portare ad una valorizzazione dell'azienda. Chi scrive ha poco più di vent'anni e la scorsa estate ha deciso - con alcuni compagni di facoltà all'Università di Zurigo e su richiesta di diversi commilitoni - di ricostituire il Circolo Giovani Giuristi, l'associazione degli studenti ed ex studenti ticinesi di diritto all'ateneo turicense (per la quale sono già apparsi due articoli su *Ticino Management*). A



fronte del nostro preventivo per le attività che desideravamo intraprendere, occorreva ricorrere a degli sponsor per coprire parte delle spese. Ed è qui che ci siamo confrontati con le prime - e fortunatamente per il momento anche uniche - difficoltà: quasi la totalità delle aziende contattate inizialmente ha rifiutato un sostegno all'associazione senza mezzi termini. Parliamo di aziende che forniscono servizi a tutti noi: studenti, famiglie, università e via dicendo. Parliamo però soprattutto di aziende che, per sopravvivere e per fare profitti, desiderano fornire questi servizi anche in futuro. Premettendo che è manifesto e comprensibile che alcune società abbiano altre priorità e che alcune investano nei giovani - forse

in progetti diversi dal nostro - tuttavia, soprattutto dopo averne discusso con molteplici altri coetanei, ci siamo resi conto che



Stefano Lappe, Presidente del Circolo Giovani Giuristi di Zurigo.

sono in tanti ad essere stati nella nostra situazione. Le reclame traboccano di giovani, le offerte che passano nei media indicano chiaramente la tendenza a considerarci il pubblico di riferimento. Allora perché, quando si tratta di sostenere realmente la gioventù accademica elvetica, ci si scontra con un "sarà per la prossima volta"? Come mai le aziende non capiscono che in quanto studenti siamo e saremo consumatori ma



saremo anche sul mercato del lavoro in cerca di un'azienda che si confaccia a noi? In economia, una delle parole chiave della politica dei prodotti è definita in modo assai limpido dal tedesco "Markenbindung": ovvero l'essere legati a una marca. L'essere legati ad una qualsiasi cosa o persona: alla panchina sulla quale - da piccoli - si sostava dopo una passeggiata, al parente che ci portava una tavoletta di cioccolato

quando arrivava in visita: gesti piccoli. Importantissimi. La stessa cosa succede oggi: ci leghiamo a un'azienda, ad una persona, ad un ente che fa qualcosa di speciale per noi e con noi - non è forse questo il più infallibile fra i 'return on investment' possibile? Nell'attuale giungla del mercato è facile perdere qualcuno ed è difficilissimo (e molto costoso) recuperare quanto sprecato. Perciò, un appello alle aziende: non bruciatevi! Non posso terminare senza ringraziare di cuore coloro che, forse per lungimiranza, forse per bontà - o forse per entrambe le ragioni - ci hanno sostenuto, potendo noi così co-

prire tutte le spese e offrire un aiuto tangibile agli studenti: Pro Ticino nazionale e Sezione di Zurigo, Schulthess Verlag - Casa editrice, Giardino Hotel Group, Pina Petroli, Banca dello Stato del Canton Ticino, Gruppo Hooray e, ne sono la prova queste parole, *Ticino Management* che, dimostrando di scommettere sul futuro (ma anche un po' sul presente), ci offre questa grande occasione di esprimerci.

**Stefano Lappe,
Presidente del Circolo
Giovani Giuristi Zurigo
8000 Zurigo
www.giovanigiuristi.ch**

Un Circolo dinamico

Il Circolo Giovani Giuristi Zurigo è l'associazione ufficiale degli studenti e alumni ticinesi di diritto all'Università di Zurigo. Oltre a eventi di networking e occasioni pubbliche, organizza ripetizioni per gli studenti, fornisce loro varie consulenze e posti di stage e praticantato e garantisce un contatto con gli studi legali ticinesi e zurighesi e con gli sponsor dell'associazione. Grazie al suo ruolo di Ständeorganisation, il Circolo si incontra regolarmente con i responsabili della facoltà e dell'Università per garantire che la qualità dell'insegnamento sia eccellente e favorire l'integrazione degli studenti ticinesi.

I prossimi eventi organizzati dal Circolo sono i seguenti:

- **28.03.2013:** conferenza del giudice federale Dr. Beusch sul caso Ubs
- **16.04.2013:** visita a Palazzo federale, tribune parlamentari e incontro con la Deputazione ticinese alle Camere federali.