

BRAND NAMING DAY © BASE

Come creare un nome che sia
elemento strategico di comunicazione
e di valorizzazione del marchio

Edizione 2025



Bugnion SpA

Bugnion SpA, società leader in Italia e in Europa nel campo della consulenza in materia di "Intellectual Property" (IP) per la gestione di Marchi, Brevetti e Design. Bugnion è l'alleata perfetta per una strategia di tutela, gestione e valorizzazione del proprio nome.



Béatrice Ferrari

Beatrice Ferrari è la voce più significativa del brand naming in Italia. Laureata in semiotica, comincia la sua pratica a Parigi nel 1984. Fonda a Milano nel 1989 la prima realtà italiana completamente dedicata alla creazione di nomi commerciali, Nomen Italia, della quale è socio e amministratore per oltre 15 anni.



comunicazione@bugnion.eu



www.bugnion.eu

Il Brand Naming

Il Brand Naming è la disciplina che permette di dare nomi a prodotti e servizi.

Si riferisce a tutte le operazioni di definizione, analisi, sviluppo e declinazione del nome di un prodotto/servizio.

Nome inteso non solo come elemento informativo ma come elemento strategico di comunicazione e di valorizzazione del marchio con implicazioni commerciali, legali, linguistiche ed economiche.

Il Brand Naming Day

Bugnion S.p.A. promuove il **Brand NamingDay@**, un corso formativo e partecipativo a numero chiuso (minimo 6 massimo 12 persone) ideato e tenuto da **Béatrice Ferrari**, la voce più significativa del brand naming in Italia, e da un consulente marchi di Bugnion.



A chi è rivolto

Il corso è rivolto a chi si confronta con la creazione di nomi di prodotti, servizi, società; a chi partecipa al lancio di progetti con l'obiettivo di costruire brand di successo; a chi considera la scelta del nome con cura particolare, per individuare un nome originale e coerente, libero da anteriorità giuridiche, che possa diventare un marchio di proprietà, liberamente utilizzabile.

Contenuti del corso

- Origini dei nomi commerciali
- Il nome e il marketing
- La legge al servizio del naming
- La semiotica: suoni, forme e sensi
- Brand Architecture e Strategie Nominali
- Gestire le lingue di esportazione del naming
- Regole di creatività
- Animazione del brainstorming
- Scegliere il nome con criterio
- Approccio al consumatore
- Declinare il nome sui vari elementi di identità del brand
- Sfruttare il naming in comunicazione.

I dettagli del corso

- Durata 7 ore
- Location: sede Bugnion
- Comprende:
 - attestato di frequenza al corso
 - buffet lunch e coffee-break
 - documentazione del corso (verrà inviata dopo l'incontro)
 - un numero della rivista Comunicando