



**UNIVERSITÀ
DI TORINO**

**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE A.A. 2022/2023**

Titolo della tesi: IDENTITÀ VISIVA E COMUNICAZIONE AZIENDALE
NEL SETTORE FOOD: IL CASO THE OLLY

Autore: CASTAGNA GIOVANNI

Abstract

Nel contesto economico attuale, il settore alimentare riveste un ruolo cruciale nell'offrire esperienze uniche ai consumatori, influenzato da cambiamenti culturali e dinamiche di mercato. Questa tesi analizza il caso di The Olly, un bar panificio con cinque punti vendita, impegnato in un progetto ambizioso di restyling dell'identità visiva per adattarsi alle sfide della crescente concorrenza e delle mutevoli aspettative dei consumatori.

Il progetto coinvolge lo studio di comunicazione Memesi di Erba (CO). La ricerca si concentra sulla ricostruzione storica di The Olly, analizzando l'approccio di comunicazione adottato da Memesi nel processo di ricollocamento. Attraverso la valutazione dell'immagine coordinata e della presenza online, emergono criticità, problemi e soluzioni proposte per migliorare la posizione competitiva di The Olly.

Le conclusioni evidenziano il ruolo cruciale della comunicazione per le imprese alimentari, equiparando la sua importanza a quella dei prodotti offerti. La relazione con il cliente va oltre la qualità del prodotto, richiedendo un'esperienza positiva e riconoscibile, come dimostrato attraverso lo studio del packaging e della comunicazione online.

Attraverso strategie mirate, è stato possibile delineare chiaramente i valori, la missione e l'offerta unica di The Olly, differenziandola in un mercato diversificato. La capacità di trasmettere efficacemente questa identità mira a generare un legame più profondo con i clienti, potenziando la fedeltà e l'engagement