

Indice

1. Introduzione	7
2. Concetti di branding applicati ai sistemi locali di innovazione	9
2.1. La dimensione esterna ed interna di un brand	9
2.2. La <i>brand identity</i>	10
2.3. La <i>value proposition</i>	13
2.3.1. Consegnare il valore: <i>brand mantra</i> e <i>brand promise</i>	17
2.4. Il <i>positioning</i>	18
2.5. Il framework d'analisi	19
3. L'analisi esplorativa	20
3.1. Il <i>multiple case study approach</i>	20
3.2. Selezione dei casi e fonti di dati	20
4. Il branding dei sistemi locali in Europa	22
4.1. Brainport Eindhoven	22
4.2. Leiden BioScience Park	24
4.3. Rotterdam Innovation City	30
4.4. Enter Espoo	34
5. Il caso italiano	38
5.1. Kilometrorosso	38
6. Discussione dei risultati e considerazioni conclusive	41
7. Fonti	44
8. References	45