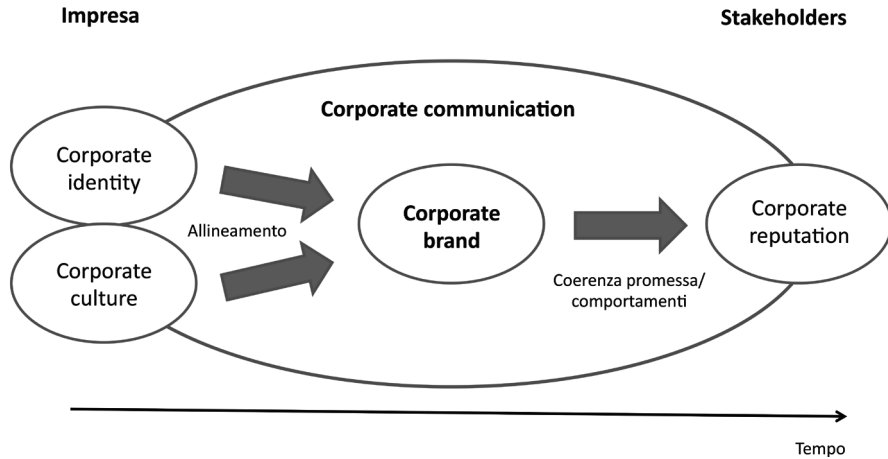


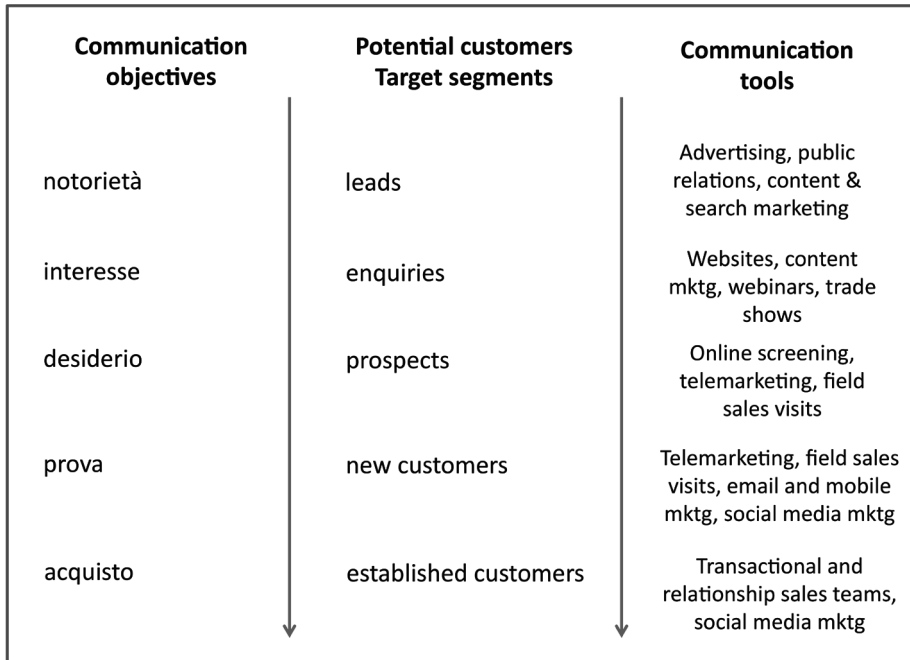
**Fig. 14.1** Percezioni relative al corporate brand del fornitore da parte del cliente.  
(Modificata da: Aspara & Tikkanen, 2008: 46)



**Fig. 14.2** Corporate brand, comunicazione e i loro legami con le risorse intangibili strategiche.  
(Modificata da: Biraghi & Gambetti, 2012: 176)



**Fig. 14.3** Il corporate film di Bayer come strumento di corporate branding.



**Fig. 14.4** Il communication mix lungo il processo di acquisizione del cliente.  
(Modificata da: Brennan et al., 2014: 171)





**Fig. 14.5** La Fiera Smau a Milano.