MEDIA KEY
Ottobre 2013
Diffusione: 10.500

GRUPPO EUROSCATOLA

(AZIENDA CONSORZIATA CONSORZIO ITALIANO SCATOLIFICI)

MATTEO CAPPELLETTI, DIRETTORE COMMERCIALE

SECONDO IL SUO AVVISO, NEL QUADRO RECESSIVO ATTUALE, COME STA CAMBIANDO IL CONSUMATORE E COME DI CONSEGUENZA DEVE CAMBIARE LA MARKETING COMMUNICATION?

Il consumatore è cambiato in maniera lenta, progressiva e aggiungerei naturale. Naturale perché in maniera quasi obbligatoria se il potere di acquisto è diminuito negli anni è ovvio che anche il tipo di spesa e dunque il tipo di consumo è mutato profondamente. Il Marketing-communication non ha fatto altro che adattarsi al nuovo modello, 'spingendo' di più sui quei beni o su quei servizi che qualche anno fa sarebbero passati in sordina (esempio la pubblicità sui prestiti agevolati). Ovvio, oggi la gente non compra più l'auto o il frigo nuovi, preferisce spendere i soldi in altro… per cui il marketing e la comunicazione si sono orientati nelle direzioni di maggior interesse attuale. Sostanzialmente credo che il metodo non sia per niente cambiato, solo il soggetto o il motivo.

COME DOVREBBE AGIRE E QUALI CARATTERISTICHE DOVREBBE AVERE UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEL CLIENTE?

Vivere letteralmente l'ambiente o l'oggetto di una determinata campagna. In questo, noto che tutte le agenzie sono particolarmente attente e brave, ma, almeno per quanto riguarda il mio caso (ossia il packaging), al di là dell'idea, è necessario lasciare a chi di competenza l'ideazione e lo sviluppo di un nuovo progetto, cosa che oggi è molto difficile.

DALL'AVVENTO DI INTERNET A OGGI VI È STATA UN'EVOLUZIONE TECNOLOGICA SEMPRE PIÙ FRENETICA CHE HA CAMBIATO IL MONDO DEI MEDIA E LA LORO FRUIZIONE. COSA PENSA DI QUESTA EVOLUZIONE E COME HA INFLUITO O PUÒ INFLUIRE SULLA COMUNICAZIONE DELLA SUA SOCIETÀ?

C'è poco da dire. Internet ha permesso a tutti noi di presentare la nostra azienda al mondo intero con una spesa minima e letteralmente in un click. Tutte le aziende specializzate nelle produzione di brochure stanno sparendo una a una. La mia società fino 'a ieri' pensava meramente alla produzione di scatole, oggi investe parte dei propri utili in comunicazione e questo si è potuto fare (almeno per uno scatolificio) solo ed esclusivamente grazie all'avvento di internet.

CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

Assolutamente, peccato che siamo in ritardo di qualche mese. Stiamo preparando una campagna di comunicazione molto mirata in quanto saremo il primo scatolificio europeo se non mondiale a dare una classe energetica a ogni imballo che produciamo. Ovviamente il tutto certificato. Un lavoro che dura da parecchio tempo, ma che finalmente si sta realizzando. Sono certo che a breve se ne sentirà parlare. MK

A SINISTRA, L'ULTIMA CAMPAGNA STAMPA DEL GRUPPO EUROSCATOLA. SEMPRE ATTENTO ALL'AMBIENTE, UTILIZZA DUE IMPIANTI FOTOVOLTAICI PER RIDURRE LE IMMISSIONI ANNUALI DI CO2.