

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

L'INNOVAZIONE AI TEMPI DELLA CRISI

Dal neuromarketing alla raccolta punti sul cellulare Confindustria lancia i brevetti che fanno decollare i consumi

In tempi di crisi, non basta più conquistare il consumatore con il solo spot pubblicitario: c'è chi sperimenta la forma dello spettacolo teatrale o del racconto letterario, chi usa la tecnica del «neuromarketing» e chi lancia la raccolta punti direttamente sul cellulare. Infine c'è chi brevetta speciali confezioni di pasta o esporta etichette riciclabili. La terza puntata dell'«eleganza del riccio. Creatività, innovazione, impresa», il programma lanciato da Confindustria Bari-Bat per raccontare la capacità innovativa delle aziende, ha acceso i fari sulle iniziative promosse da cinque imprese pugliesi per affrontare i venti della crisi. L'agenzia «CarucieChieurazzi», ad esempio, ha ideato la «comunicazione narrativa» (letteraria, teatrale, cinematografica, etc.) per raccontare le storie dei prodotti ben più di quanto possono fare le semplici brochure aziendali. Lo «Studio Valletta Comunicazione» di Bari, invece, collaborando con uno massimo esperti nazionali di marketing emozionale il prof. Francesco Gallucci, ha dato vita al primo labora-

torio di «neuromarketing» in Puglia: un centro per verificare l'efficacia di progetti di comunicazione e packaging è il loro impatto sui comportamenti istintivi del cliente. Quindi la Leader Mobile, che tramite il brevetto internazionale «Fidelity Point» consente ai consumatori di accumulare i punti direttamente sul cellulare. Ad ogni acquisto nei negozi convenzionati l'acquirente ricava una fish di carta contenente un codice segreto, che comunicato tramite sms, telefono o internet consente di ricevere sul proprio cellulare l'accredito dei punti. I Molini Tandoi Pellegriano, per rilanciare il marchio Pasta Ambra, hanno brevettato un packaging che consente un migliore ordine di esposizione sugli scaffali: in poco spazio sono visualizzati molti formati e ne risulta più facile la scelta. Infine, l'azienda grafica «L'Immagine» che ha conquistato il mercato albanese esportando, unica azienda italiana del settore, speciali etichette riciclabili in «stile italiano», facendo leva sul look del made in Italy particolarmente ammirato dalle imprese del luogo.