

Piemonte. Dai gioielli al cioccolato

I brand torinesi si mettono in rete

TORINO

Yacht e gioielli, ma anche cioccolato, vini e grappe pregiate, abbigliamento e penne. Quattordici brand di Torino e dintorni si mettono in rete per sviluppare sinergie di marketing e aumentare la massa critica nei confronti dei clienti, soprattutto esteri.

Il progetto, battezzato Exclusive Brands Torino, è guidato da Licia Mattioli, proprietaria dell'omonimo marchio di gioielli, presidente di Federorafi e vicepresidente dell'Unione industriale di Torino. «L'idea è anzitutto quella di avere diverse "antenne" sul mondo, mettendo insieme aziende non concorrenti che abbiano marchi riconosciuti, una spiccata attenzione alla qualità e una proiezione importante sui mercati internazionali». I progetti, tesi a sviluppare azioni comuni nei confronti dei clienti, sono numerosi e molto concreti: l'apertura di temporary store per esporre i diversi prodotti, la creazione di eventi all'interno di fiere o rassegne, la gestione comune degli appuntamenti quando ad esempio un grosso cliente è in visita a Torino. «Catturare l'attenzione e il tempo di un compratore arabo - spiega la Mattioli - non sempre è operazione agevole. Con questa rete noi possiamo però proporre al cliente una carrellata di made in Italy in un'unica soluzione, evitando di fargli perdere tempo in decine di appuntamenti».

La rete, che verrà presentata oggi, ha come partner alcuni tra i brand più significativi dell'area torinese: le penne Aurora, gli Yacht Azimut-Benetti, i vini Bava, Allure estetica network, i costumi di Fisico, i gelati Pepino, la grappa Bosso, il cioccolato di Gobino e Peyrano, le Pastiglie Leone, i gioielli Mattioli, il design Pininfarina,

la biancheria Quagliotti, i profumi Tonatto.

«Alla prossima fiera del duty-free di Cannes - prosegue la Mattioli - l'idea è allestire uno Yacht Azimut con il meglio delle nostre produzioni. Singolarmente l'operazione avrebbe scarso impatto, insieme però queste 14 aziende, con i loro prodotti e la notorietà dei marchi possono creare eventi e ambienti di grande richiamo».

L'esordio della rete avverrà all'inizio di ottobre negli Emi-

IL PROGETTO

Sinergie di marketing verso i clienti esteri
Licia Mattioli: «Insieme per proporre con più forza i marchi del made in Italy»

I SOGGETTI

L'alleanza racchiude nomi noti come Pininfarina, le penne Aurora, gli yacht di Azimut-Benetti, la grappa Bosso, le pastiglie Leone

rati Arabi, partecipando in modo congiunto ad una missione organizzata da Invitalia.

«Il nostro obiettivo - conclude la Mattioli - è organizzare almeno 4-5 eventi o iniziative all'anno, dando a ciascuno dei partecipanti la possibilità di aderire liberamente a ciò che ritiene più utile».

Per ora si parte con 14 brand e l'iscrizione è "bloccata" per il primo anno, ma stando alle richieste di informazioni giunte da altre aziende l'ipotesi di un successivo allargamento della rete è concreta.

L.Or.



Domani su Nord-Ovest

L'approfondimento sulla nuova rete

© RIPRODUZIONE RISERVATA

