

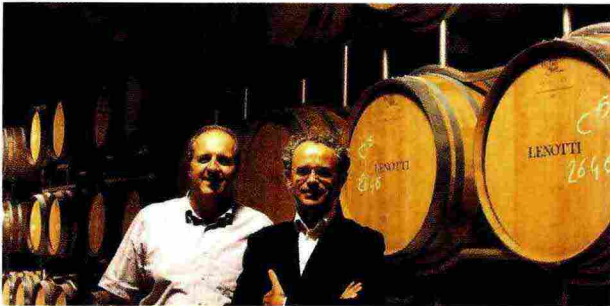


Pillole

@gmatiggio

COPYLEFT

«Le idee migliori sono proprietà comune»
(Seneca)



TRACCIABILITÀ DIGITALE DI PRODOTTO QUANDO LE BOTTIGLIE PARLANO

I clienti si attendono un'esperienza di acquisto sempre più coinvolgente e omnicanale. Le applicazioni di marketing 4.0 nel retail sono quelle più sexy. E il vino è uno dei prodotti più attraenti, perché mette insieme emozioni, cultura e tante storie da raccontare. Attraverso l'applicazione di specifici codici QR, uno diverso per ogni referenza di prodotto, sulla retroetichetta di ogni bottiglia, le **Cantine Lenotti** (www.lenotti.it) sono in grado di conoscere in tempo reale non solo la destinazione geocalizzata dei vini, ma possono entrare in contatto con il consumatore, instaurando un rapporto di comunicazione one-to-one, nella lingua del cliente. L'azienda ha un'impronta molto familiare, ma una visione da public company, con i genitori Giancarlo, enologo e responsabile produzione e impianti, Marina, responsabile vendite Italia e il figlio Claudio, responsabile vendite estero, che nella foto (a sinistra) è insieme a Tiziano Tresanti, founder e amministratore di **airpim** (www.airpim.com) che ha realizzato il progetto. Le parole d'ordine sono: qualità, internazionalizzazione e innovazione. Più del 90 per cento della produzione viene venduta all'estero. In un'ottica di continuo miglioramento del business e di fidelizzazione del rapporto con la clientela, le Cantine Lenotti hanno intrapreso un percorso di trasformazione digitale. «Si tratta di una evoluzione che ogni azienda, che produce prodotti destinati al consumo, deve affrontare» – spiega Claudio Lenotti. «Nel mondo del vino, in particolare, c'è una richiesta di informazioni, da parte di chi consuma il vino che solo il produttore sa fornire. Inoltre, il produttore stesso ha la necessità di conoscere e contattare con azioni di marketing chi effettivamente consuma i prodotti. Poterli raggiungere con strumenti digitali permette all'azienda, con costi assolutamente alla portata, di essere protagonista diretto nel rapporto di fidelizzazione della clientela». La tracciabilità di prodotto ha permesso a Lenotti di attivare una raccolta dati direttamente dal mercato, semplice e automatizzata, che si aggiorna in tempo reale: un sistema che, nel massimo rispetto della privacy, porta informazioni dall'esterno all'interno dell'azienda. Così facendo, Lenotti può profilare i suoi clienti, tenerli aggiornati rispetto alle novità di prodotto, informarli su annate speciali, invitarli a degustazioni e a visite nella propria cantina a Bardolino sul Lago di Garda e coinvolgerli in iniziative realizzate attraverso il club digitale "Lenotti & friends".



FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE 2017 VIAGGIO ATTRAVERSO LE CONNESSIONI

Il **Festival della Comunicazione** (www.festivalcomunicazione.it) torna a Camogli, da giovedì 7 a domenica 10 settembre, con l'assegnazione del Premio Comunicazione al divulgatore scientifico **Piero Angela**. Sotto la direzione di Rosangela Bonsignorio e Danco Singer, l'edizione 2017 indaga il tema delle "connessioni" che caratterizzano non solo il secolo ipertecnologico in cui viviamo, ma anche la natura dei rapporti umani, coinvolgendo in modo profondo e strutturale la società, la storia, i sistemi economici e di governo, le abitudini e il pensiero. Viviamo in un complesso di culture, tradizioni, storie individuali e collettive, tra loro connesse, che modellano le nostre identità. Connessi e anche un po' "dis-integrati". Un tema che sarebbe piaciuto sicuramente a Umberto Eco. L'economia è un'unica grande area transnazionale costituita da mercati finanziari interconnessi e collegati con la sfera politica, sociale e ideologica. Anche le imprese nei processi produttivi condividono know-how tra settori distinti. A livello personale, i nostri stessi sistemi cognitivi e neurali procedono per associazioni e connessioni, che sono il tessuto vitale della creatività e dell'immaginazione. Anche la conoscenza si sviluppa grazie all'essere connessi, come capacità di superare i confini del proprio ambito disciplinare, ampliando e intrecciando saperi e competenze. Il mondo della comunicazione oggi vive di miliardi di connessioni tra mezzi fisici e tecnologie immateriali. Le informazioni passano da un device all'altro, utilizzando codici diversi. Tutto questo ha un impatto sulle relazioni interpersonali che intratteniamo, sulle nostre abitudini e sulle nostre possibilità espressive. Oltre 130 ospiti, provenienti da molteplici ambiti del sapere, hanno accettato la sfida di raccontare come "siamo connessi". Dalla storia alla filosofia, dalla scienza alla letteratura, passando per il mondo dei media, dell'economia e dell'innovazione. Alle conferenze si affiancano laboratori, spettacoli, mostre, cinema, escursioni e gite in mare, tutti gratuiti. Il festival si è caratterizzato sin dall'inizio per la capacità di coinvolgere un pubblico eterogeneo e il risultato è una manifestazione che non si rivolge esclusivamente agli addetti ai lavori, ma si rivela accessibile a un target trasversale per età, formazione e interessi.

CORSIE DI MARCIA

«La nostra testa è rotonda per permettere ai pensieri di cambiare direzione»
(Francis Picabia)

luglio/agosto 2017 DM 81