

la Nuova Aziende News

E ora puntiamo ai bi-sogni

Grande successo del Communication Day di Inside Btb

FERRARA. Un successo oltre le migliori aspettative ha premiato Communication Day, la giornata interamente dedicata ai temi della comunicazione, organizzata da Inside btb per il secondo anno consecutivo. Oltre duecento persone hanno assistito alla tavola rotonda allestita all'Unione Industriali: per contenerle tutte è stato necessario porre un'ulteriore sala - oltre a quella prevista - in collegamento video con le due principali. «Nemmeno a Milano e in nessun'altra sede in cui abbiamo presentato gli esiti della nostra ricerca su come comunica la Piccola e Media Impresa, ho mai avuto un pubblico così nutrito e qualificato» ha dichiarato, congratolandosi, Paolo Romoli, direttore generale Unicom. In platea, infatti, titolari e rappresentanti dell'intero panorama imprenditoriale cittadino. Le aspettative, per loro diretta testimonianza, non sono

state deluse e gli interventi, oltre che ricchi di contenuti e stimolanti, si sono rivelati tanto piacevoli e divertenti da suscitare più volte applausi a scena aperta e risate di divertita partecipazione. Oltre alla storia della sua ascesa aziendale, raccontata con la tranquilla semplicità e modestia proprie delle persone davvero grandi, Giovanni Rana ha divertito la platea con irresistibili commenti autoironici e racconti dei «dietro le quinte» delle sue famose campagne pubblicitarie. Lorenzo Marini è riuscito - impresa sorprendente - a farsi fare da «coro greco» dagli imprenditori in platea, per dare vita ad un racconto la cui battuta finale ha suscitato ilarità unanime. Molto coinvolgente anche la verve teatrale del professor D'Amato, uno dei consulenti aziendali più quotati d'Europa. Il prodotto, ormai omologato, delle diverse case produttrici non è più l'ele-

mento competitivo su cui va centrata la comunicazione - sostiene D'Amato - occorre colmarlo di significati emotivi, farlo percepire come sogno. «I bisogni non ci sono più, nessuno ha più davvero bisogno di niente: ci sono bi-sogni, su quelli occorre puntare». Un'atmosfera brillante ed un buon ritmo anche grazie alla sapiente regia del moderatore, Luca Targa, che ha condotto la tavola rotonda come un esperto direttore d'orchestra, offrendo ai relatori felici spunti che hanno dato vita al vivace dibattito, in un botta e risposta tra gli ospiti che ha suscitato a più riprese il coinvolgimento del pubblico; contributi di grandissimo interesse, esposti con grande professionismo anche dalla bravissima Caterina Brancaleoni, direttore di Sipro, che ha presentato una case history su genesi ed evoluzione del piano di comunicazione dell'Agenzia. Di grande

spessore poi il contributo di Roberto Mascellani, direttore di Sinteco, focalizzato sugli strumenti di comunicazione utilizzati per il lancio di Darsena City e sui risultati ottenuti. Molte le riflessioni avviate, in particolare sull'essenza della creatività, definita da Marini, tra i tanti altri modi, come la capacità di vedere le cose con occhi nuovi, riprendendo Pascal e la sua concezione del viaggiatore. E la dimostrazione di come la comunicazione sia fondamentale fattore strategico di sviluppo commerciale, attraverso la storia della crescita di Rana. Non pochi si saranno stupiti, infatti, nel sentire come egli abbia lasciato le redini dell'azienda al figlio, mantenendo per sé proprio la delega della comunicazione, che ritiene tra le più importanti in assoluto. La giornata, iniziata alla Libreria Feltrinelli con la presentazione del nuovo saggio sulla pubblicità di



L'incontro con Giovanni Rana all'Unione Industriali

Lorenzo Marini dal titolo «Note» con un'affluenza - nonostante l'orario di pranzo - di circa 40 persone, si è conclusa con un tutto esaurito in Sala Boldini, grazie alla proiezione degli spot premiati all'International Advertising Festival di Cannes, anticipati da un saluto dell'Assessore alle Politiche Culturali Alberto Ronchi, che ha ringraziato Inside btb per l'impegno profuso nel creare un evento di così apprezzabile rilievo per la città e su un aspetto della cultura contemporanea di così grande interesse. I Leoni so-

no stati commentati da Lorenzo Marini - intervistato da Elisa Stefanati di Telestense - e da Luca Miniero, creativo e regista, giurato all'ultima edizione del Festival di Cannes. Una testimonianza suscitata dal bravo Maurizio Rompani, direttore generale di TP. Un impegno organizzativo a tutto campo, quindi, per l'agenzia di comunicazione e marketing Inside btb, ripagato dal grande successo ottenuto, e chiusosi con la promessa fatta dall'applauditissimo Targa «arrivederci al prossimo anno».