



CONSUMI E SCENARI

## Il mercato del caffè oramai è maturo

*Il mercato del caffè attraversa da molti anni la fase di maturità dei consumi. La penetrazione del prodotto nelle famiglie italiane è del resto prossima al 100% e non vi sono quindi spazi di ulteriore crescita tramite l'allargamento del parco famiglie trattanti. In termini di consumo procapite (oltre 37 chili annui per nucleo familiare), gli italiani sono in classifica dietro a quello che caratterizza altri Paesi europei, dove però il caffè è altra cosa: una bevanda lunga da sorseggiare, simile in questo alle modalità di consumo del tè o delle tisane. Attraverso i canali del dettaglio alimentare vengono commercializzati i due terzi di volumi complessivi di caffè consumato nella Penisola. Ma a questi corrisponde soltanto il 30% delle vendite in valore, mentre il restante 70% concerne il settore dei consumi fuori casa. In termini di valore del business, quindi, la ristorazione è quindi largamente più importante rispetto al dettaglio alimentare, ancorché caratterizzata da politiche di marketing e commerciali in gran parte sensibilmente differenti. Il caffè è un mercato ad alta intensità di marketing. Le attività di comunicazione pubblicitaria, per le aziende che puntano a guadagnare o conservare rilevanti quote di mercato sul piano nazionale, raggiungono alti livelli in rapporto ai fatturati sviluppati, e costituiscono il tramite indispensabile per mantenere ed accrescere la forza della marca. In questo contesto, le private label si attestano - nel segmento moka - su una quota a volume nel canale iper+super+superette che sfiora il 4% in volume, limitata in termini percentuali ma significativa sul piano delle dimensioni assolute delle vendite di prodotti a marchio del distributore.*

Fonte Massmarket.it

## battutario

### L'uomo di marketing e il definitorio

- DUE: il minimo del plurale
- EGIZI: antico popolo che viveva di profilo
- EGOISTA: uno che non pensa a me
- EPITAFFIO: bugia monumentale
- EQUITAZIONE: l'arte di tenere un cavallo tra se stessi e la terra
- FEDELTA': mancanza d'occasioni

## PER LA PRIMA VOLTA UN EVENTO DEL CLUB DEDICATO A QUESTO TEMA

# La comunicazione dell'arte e l'arte della comunicazione

di **Daniilo Arlenghi.**

Per la prima volta in assoluto un evento del Club dedicato al mondo dell'arte e della cultura utilizzate sempre più dalle aziende come leve per la comunicazione ed il marketing. Lunedì 13 giugno 2005 dalle ore 18,30 presso la Galleria Arteutopia Musei di Porta Romana in Viale Sabotini 22 a Milano si terrà l'evento culturale denominato "La comunicazione dell'arte, l'arte della comunicazione". Per "La comunicazione dell'arte" relaziona il Prof. Giovanni Puglisi, Rettore della Università IULM di Milano. Per "l'arte della comunicazione" approfondirà le tematiche il Prof.

Pier Andrea Tosetto docente universitario ed esperto in comunicazione globale ed integrata., nonché Vice Presidente del Club.

Alessandra Meneghetti presenterà

**Appuntamento  
lunedì 13 giugno  
alle 18.30  
presso la Galleria  
Arteutopia**

"I tovaglioli di Giorgio Melzi: c'era una volta a Brera.....", inaugurazione della mostra itinerante di opere dipinte su tovaglioli dal maestro Giorgio Melzi,

noto pittore milanese che ha fatto parte di quel periodo di grande fermento artistico, attorno agli anni 60' e 70', che elesse Brera come casa d'adozione dei giovani talenti destinati a innovare la scena artistica milanese. Seguirà cocktail a cura di Party Round e momento relazionale

fra i soci. Con i complimenti di: Easylife Service (specializzata nel reperimento di biglietti per grandi eventi italiani ed internazionali) - Party Round (specializzata nella fornitura di servizi per eventi e promozioni on field) - HDR Training Group (specializzata in corsi di formazione e motivazionali)-Telepromotion service (specializzata in gestione ed autorizzazioni ministeriali per concorsi e giochi a premio). Per aspetti di carattere organizzativo, data l'esclusività della location, è indispensabile la prenotazione dei posti per i soci e per i loro ospiti. Per maggiori informazioni: Francesca Caratù - Segr. Gen. Naz. del Club - tel uff. 02 2610052 info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com.

## Comunicazione

segue p/2

## Publicità interattiva nelle aule IED

La scuola di Arti Visive dell'Istituto Europeo di Design è, ormai per lunga e consolidata tradizione, un laboratorio di ricerca oltre che un centro di formazione nel quale si sperimenta l'uso di tecniche e tecnologie diverse per sviluppare la creatività degli studenti. In un'ottica di continua sperimentazione di nuove tecniche di comunicazione, gli studenti del corso triennale post-diploma di Digital Design della scuola di Arti Visive di Milano, per approfondire il tema della pubblicità interattiva sul digitale terrestre, parteciperanno a un seminario di formazione organizzato in collaborazione con Kora, azienda specializzata in soluzioni digitali multicanale. "Il digitale terrestre - dichiara Filippo Manetti, Direttore Marketing del gruppo IED, sta muovendo i primi passi, ma già si cerca il modo di sfruttare le sue poten-

zialità dal punto di vista pubblicitario. Non è solo un mezzo futuristico, ma è anche uno strumento per la comunicazione commerciale, in grado di unire advertising, promozione e direct marketing. Attraverso il seminario di approfondimento vogliamo arricchire le competenze dei nostri studenti e stimolare la loro riflessione creativa intorno alle potenzialità pubblicitarie del digitale terrestre."

Le prime lezioni saranno tenute da Maurizio Goetz, consulente di marketing digitale con un'esperienza distintiva sulla pubblicità interattiva per la tv digitale. "Come consulente di diverse concessionarie di pubblicità ho maturato la convinzione che il mondo dei broadcaster e quello dei diversi attori della pubblicità, abbiano la necessità di sviluppare nuovi linguaggi specifici per la TV digitale - dichiara Maurizio

## PRO MEMORIA

## Campagna di Centromarca per i consumi

L'industria di marca italiana scende in campo per sostenere i prodotti di qualità con una maxicampagna pubblicitaria televisiva e sulla stampa, promossa da Centromarca, l'associazione italiana che raccoglie più di 200 aziende di beni di marca per un giro d'affari di oltre 50 miliardi. La campagna, la prima realizzata in Italia a sostegno della marca, è unica nel suo genere in Europa, ideata da Satchi & Satchi prenderà il via a fine Maggio. "Serve più marca per rilanciare i consumi", questo il parere del presidente di Centromarca, Ernesto Illy. Il 2005 è stato un anno critico per i consumi: "Sono sostanzialmente fermi - dichiara il direttore di Centromarca, Luigi Bordoni - nonostante i prezzi dei prodotti di marca da 15 mesi si muovano sistematicamente al di sotto dell'inflazione. E dall'estate scorsa sono in diminuzione rispetto all'anno precedente".

## Sapete che...

### Comunicazione one-with-one

La comunicazione personalizzata a Inprinting, dal 9 all'11 giugno a BolognaFiere, Open House dedicata alla gestione documentale. Giovedì 9 giugno alle ore 14.30 convegno dal titolo "Comunicazione one-with-one con le tecnologie digitali". Per info <http://www.inprinting.it>.

### Siti consigliati dal club

- [www.androidea.it](http://www.androidea.it)
- [www.elite42.com](http://www.elite42.com)
- [www.graficheigc.com](http://www.graficheigc.com)
- [www.topsolutions4.com](http://www.topsolutions4.com)
- [www.primaonline.it](http://www.primaonline.it)
- [www.t-d-f.com](http://www.t-d-f.com)
- [www.asg.it](http://www.asg.it)
- [www.comunicazioneitaliana.it](http://www.comunicazioneitaliana.it)
- [www.igomighetticomunicazione.it](http://www.igomighetticomunicazione.it)
- [www.ilfoglietto.it](http://www.ilfoglietto.it)

### Etica in comunicazione e nell'informazione

Alle ore 14.30. Chiappe Revello con la partecipazione di Ferpi festeggia 20 anni della sua attività con un incontro: "L'etica nella comunicazione e nell'informazione". Castello MacKenzie - Via Mura di San Bartolomeo, 16 - GENOVA Info: Tel. 010 566334.

## La programmazione neurolinguistica

Un corso di comunicazione efficace per tutti di Irene Bertucci/parte terza

La Programmazione Neuro-Linguistica è nata nel 1970 nell'Università di Santa Cruz in California. I suoi padri fondatori sono Richard Bandler e John Grinder, i cui primi studi riguardarono l'analisi delle caratteristiche della comunicazione utilizzata da alcuni psicoterapeuti eccellenti, capaci di produrre cambiamenti e guarigioni in modo efficace e con continuità. La nascita ufficiale della PNL si colloca alla fine degli anni '70, quando, per iniziativa di Bandler e di un suo allievo, Robert Dilts, questa nuova disciplina assume una fisionomia autonoma e un fondamento scientifico. Grazie anche all'opera di molti altri studiosi che si sono dedicati a questa nuova scienza, la PNL attualmente offre modelli, risorse e tecniche utilizzabili da chiunque voglia avanzare e migliorare in ogni attività umana: psicoterapia, comunicazione efficace, apprendimento rapido, vendita, business, comunicazio-

ne in pubblico, leadership, prestazioni sportive, benessere, salute, e così via. Cerchiamo ora di capire un po' meglio che cos'è la PNL. Letteralmente Programmazione Neuro-Linguistica vuol dire ri-programmazione del neurolinguag-

gio. Per spiegare che cosa significa, individuamo i tre nuclei principali di studio di questa disciplina: **Programmazione.** Processo di elaborazione mentale delle informazioni ricevute dall'esterno. Da questo processo, che acquista per ogni individuo degli aspetti e delle caratteristiche particolari, nascono le rappresentazioni mentali, le quali, a loro volta, influenzano i valori, le convinzioni, le emozioni, le sensazioni, i sentimenti e i comportamenti del soggetto.

**Neuro.** Questo suffisso si riferisce ai processi neurologici (che coinvolgono sia i cinque sensi sia il sistema nervoso) attraverso i quali filtriamo ed elaboriamo l'esperienza.

**Linguistica.** Agli stimoli ricevuti dall'esterno o affiorati internamente, l'individuo reagisce con una risposta che può manifestarsi attraverso due tipi di linguaggio: verbale e non verbale.

Fonte [www.eidos.co.it](http://www.eidos.co.it)

### Flash auguri pres.

Oggi dalle ore 21,30 (dopocena) avrà luogo lo 'special party' per il compleanno del Presidente Danilo Arlenghi al Gattopardo Caffè in Via Pier Della Francesca 47 a Milano. Ci aspettano una grande torta, fiumi di spumante ed una marea di gente di marketing, di spettacolo, della moda e delle Istituzioni. Finalmente potremo sapere come lui si è fatto largo nella vita ed anche nel resto del corpo; di come non sia grasso, ma solo sotto la sua altezza forma; di come sia religioso e per emulazione siccome Dio è ovunque lui cerchi di occupare più spazio possibile.

## attualità

### TITOLO: PSICOLOGIA DI MARKETING E COMUNICAZIONE.

Con una forte carica di innovazione, il libro di Daniele Trevisani per i tipi di FrancoAngeli, affronta il tema della competitività psicologica del prodotto/servizio e le implicazioni pratiche per l'azienda. L'autore propone nuove teorie che cambiano la visione di concetti consolidati quali la customer satisfaction ed il comportamento del buyer. Emergono nuovi principi di marketing e di comunicazione - dal mktg percettivo ai budget mentali, dalle leggi del valore alla vendita centrata sul cliente, sino alla ricerca dei sogni del cliente e del prodotto ideale.

## SPIGOLATURE

### ECCO LA PRIMA LEGGE DEL MARKETING

E' meglio essere il primo che il migliore. Nel marketing quello che conta è creare una categoria nella quale potete essere il primo. E' più facile entrare nella testa della gente per primi che cercare di convincere qualcuno che il vostro prodotto sia migliore di quello che già consumano. Da le 22 immutabili leggi del Marketing di Al Ries & Jack Trout.

### GLI AFORISMI DEL COMUNICATIVO IGOR RIGHETTI

Oggi saper comunicare è alla base, ma chi è all'altezza?

Se scrivi quello che pensi ricordati di usare l'inchiostro simpatico.

Un buon comunicatore riesce anche a far sorridere, un comunicatore mediocre fa solo ridere.

Chi comunica bene contagia anche te. Digli di continuare.

### MUTUI IN AUMENTO DEL 20 PER CENTO

A dicembre 2004 il numero di mutui accesi rispetto allo stesso mese del 2003 è aumentato del 21,3%, passando a 195 milioni di euro, da 154 miliardi del 2003. E' una prova del fatto che il mattone resta una delle certezze fondamentali su cui poter investire, anche in un periodo economicamente difficile per tutta l'Italia.

Volpi, Direttore del Digital InteractionLab, con i quali approfondiranno gli step fondamentali per l'ideazione e la realizzazione di uno spot interattivo.

"In Kora stiamo lavorando da diversi anni allo sviluppo di soluzioni per la TV digitale - afferma Maurizio Costa, Amministratore Delegato di Kora - : questo ci ha permesso di maturare importanti competenze tecnologiche

e di progettazione che volentieri condividiamo con gli studenti IED. Al termine del corso, IED presenterà i migliori elaborati realizzati dagli studenti al concorso I-spot, il primo premio sulla pubblicità interattiva promosso da Sipra, la concessionaria della Rai". Virtual Strategic Marketing, Maurizio Goetz, tel. +39-0259904156, [m.goetz@vsm.it](mailto:m.goetz@vsm.it).

## profilo socio

### Igor Righetti il ComuniCattivo

Igor Righetti, 35 anni, toscano, giornalista professionista, docente di Linguaggi della comunicazione alla facoltà di Scienze della comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma, autore e conduttore radiotelevisivo, massmediologo, già dirigente nella funzione di capo ufficio stampa e web content manager di Ericsson Telecomunicazioni Spa. E' amministratore unico della società di comunicazione e informazione Igor Righetti Comunicazione - I.R.C. Ha ideato la prima agorà virtuale italiana dei comunicatori [www.igorrighetticomunicazione.it](http://www.igorrighetticomunicazione.it). Ha scritto i libri "Prove tecniche di comunicazione" e "Il ComuniCattivo e la sua vena creativa" (Guerini e Associati editore). E' autore e conduttore del primo programma sperimentale sui linguaggi della comunicazione "Il ComuniCattivo" in onda in diretta su Radio 1 Rai da giugno 2003.

Su Raidue è autore e opinionista del programma "Futura city". Sempre su Raidue è opinionista della rubrica "Tg2 Costume & Società". Su Raiuno, nella rubrica Tg1 libri, è autore e conduttore dell'"Aforisma del ComuniCattivo". Sul quotidiano Italia Oggi cura la pagina settimanale "ComunicAteneo", notizie e informazioni sul mondo universitario della comunicazione. La sua attività è rivolta al mondo della comunicazione nella sua globalità. Tiene corsi, master e seminari di giornalismo, multimedialità, comunicazione e tecniche di scrittura in numerosi enti pubblici, privati e istituti universitari.

Collabora come esperto di multimedialità e nuove tendenze con Italia Oggi, Milano Finanza, Il Giornale, Capital, Tv Radiocorriere. Ha scritto per la Repubblica - Affari & Finanza e per i periodici Archeo (De Agostini-Rizzoli) e Archeologia Viva (Gruppo Editoriale Giunti).

## COMUNICAZIONE

Goetz. La collaborazione con IED e Kora si propone di sperimentare modelli innovativi di comunicazione per sfruttare al meglio tutte le opportunità offerte dall'interattività anche su un medium tendenzialmente passivo come la televisione". Accanto alle lezioni teoriche, gli studenti si confronteranno in casi concreti con i professionisti di Kora, Andrea Costa, Direttore del CreativeLab e Giacomo

segue da pag. 1

## ILFOGLIETTO

DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

Supplemento a **IlFoglioletto**  
Agenzia di informazione on line  
Reg. Trib. Roma num. 136/2004  
dell'8/4/2004

Editrice: Nameless srl  
Anno I numero 17

Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**  
Redazione via Flavia 47 - Roma -

email: [redazione@ilfoglioletto.it](mailto:redazione@ilfoglioletto.it)

• Progetto editoriale : **Bios**

• Contenuti forniti dal Club del Marketing