

“Marketing, il volto umano dei prodotti”



R&M per Comunicare è un'agenzia specializzata nel settore food. Con oltre 12 professionisti al servizio del cliente. Intervista a Carla Moggi.

Carla Moggi e il suo staff in azione

Affidarsi a professionisti della comunicazione. Una strategia che non solo permette di risparmiare risorse economiche e tempo, ma soprattutto di ottimizzare gli sforzi e raggiungere gli obiettivi prefissati.

L'agenzia R&M per Comunicare, fondata nel 2009 da Carla Moggi, è composta oggi da 12 persone, a cui si aggiungono professionisti esterni, scelti per le loro differenti attitudini e competenze. Perché, come ama ricordare la titolare: la differenza la fanno le persone e non le cose. E questa filosofia si ritrova nella mission dell'agenzia, dove oltre a marketing e strategie, conta il valore di chi fa le cose.

La storia professionale dello studio è legata alla figura della fondatrice, che nasce come art director e si sviluppa sin dall'inizio all'interno del comparto food, specializzandosi nel packaging.

Lavora per brand come Sperlari, dove è tra le prime a intuire l'importanza dell'utilizzo di testimonial, creando confezioni e linee di prodotto licenziate. "Questa passione per il packaging nasce sin dalla mia infanzia", spiega Carla Moggi, "tra gli scaffali dell'attività di mio padre, commerciante ambulante. Passavo ore ad allineare e a studiare gli abbinamenti perfetti tra i colori. Avevo intuito che la bontà di un prodotto alimentare si può capire già dalla confezione. Qui è nata la passione per raccontare quello che oggi si chiama marketing, ma che io amo definire più poeticamente: 'il volto umano dei prodotti'".

mio socio. Ho scommesso sul potenziale della creatività e negli anni siamo cresciuti sviluppando competenze e progetti che ci hanno portato a essere un punto di riferimento all'interno del comparto food & beverage.

Quando è iniziata la specializzazione nel comparto food e come si è evoluta negli anni?

In realtà è un settore che mi ha sempre appassionato. Il mondo della comunicazione è fatto di competenze che si acquisiscono e crescono con l'esperienza. Ma ciò che alimenta la creatività è la passione. Perciò ho deciso di orientare la mia agenzia in questa direzione. Il nostro percorso è stato segnato dall'opportunità di specializzarci nel settore food entrando nei processi produttivi di una grande azienda dedicata al comparto dolciario. Come responsabile marketing ho potuto sviluppare dall'interno tutte le dinamiche che stanno dietro alla nascita di un prodotto: dalla scelta delle materie prime fino al lancio sull'espositore, dall'ideazione del naming fino alle riprese dello spot pubblicitario. Quest'approccio professionale a 360 gradi l'ho, poi, trasferito all'interno di R&M per Comunicare creando così la filosofia che contraddistingue il nostro lavoro.

Quali sono i servizi che l'agenzia offre ai clienti, in particolare a quelli del settore alimentare?

Possiamo definirci una struttura di comunicazione a servizio completo: dalla

strategia di prodotto alla fase di pre-stampa, seguiamo personalmente, passo dopo passo, ogni fase del processo creativo e produttivo. Oltre alla singola richiesta specifica, realizziamo progetti di comunicazione sulla base degli obiettivi del cliente, individuando insieme il modo, i mezzi e i contenuti migliori per esprimersi e distinguersi.

Un focus sulla realizzazione del packaging per il food: qual è il vostro punto di vista?

Per noi il packaging deve farsi notare. Essere chiaro, pulito, semplice. Deve saper trasferire i valori del prodotto. Ma soprattutto deve saper creare un'esperienza interattiva per coinvolgere in modo più forte il consumatore.

Le aziende di questo settore comprendono il valore della comunicazione?

Sempre di più. Oggi le aziende sanno che i prodotti, per poter essere scelti sugli scaffali, devono essere visibili e riconoscibili. Per questo i clienti sono diventati più esigenti e attenti alla confezione. Che, oltre a essere il primo mezzo con cui l'azienda comunica, spesso rappresenta anche l'unica voce pubblicitaria in cui si investe per mancanza di risorse.

Quali sono le esigenze delle aziende che producono food?

Innanzitutto lo studio del packaging. Le richieste dei nostri clienti spaziano poi a tutti gli ambiti della comunicazione, a seconda delle necessità del momento e del budget, per questo abbiamo studiato

servizi personalizzati.

Avete rilevato particolari trend tra le richieste di queste società?

Se nel 2013/2014 le aziende puntavano sul legame con il territorio e sul senso di appartenenza a una cultura enogastronomica di cui condividere valori e tradizioni, nel 2015 si vuole colpire con il sentimento. Attraverso le emozioni, si cerca un coinvolgimento maggiore con l'obiettivo di rafforzare il legame con la marca.

Da un punto di vista della comunicazione, il pensiero dei produttori coincide con le esigenze del loro target o spesso dovete essere voi a indirizzare meglio le strategie?

Ci sono clienti con idee chiare, che sanno già cosa vogliono, e noi sviluppiamo al meglio il loro pensiero. Poi ci sono clienti che si affidano alla nostra esperienza per essere guidati nel raggiungimento dei loro obiettivi di marketing.

Quali sono le opportunità comunicative che le aziende del comparto food dovrebbero imparare a sfruttare meglio?

Prima di tutto i social, oggi indispensabili per avere un contatto diretto con il consumatore e per farsi scegliere dal pubblico. In questo spazio virtuale, il brand può relazionarsi in un modo più coinvolgente con i potenziali clienti. Non solo, R&M ha provato l'esperienza di comunicare in modo diverso e immediato in Grande distribuzione, pianificando attività di successo sul punto vendita. Questo ci ha insegnato che presidiare il luogo dove avvengono le decisioni d'acquisto è una via che le aziende dovrebbero sempre considerare.

Come nasce R&M per Comunicare?

Nasce da una scommessa. La mia più grande sfida di marketing è stata coinvolgere un cliente tanto da farlo diventare

R&M per Comunicare

via Franco Fornari, 9 - 29029 Rivergaro, Piacenza
telefono: 0523 957656 - info@rmpcomunicare.it - www.rmpcomunicare.it