

# Inside Btb conquista De Rigo

## Colpo grosso dell'agenzia di comunicazione ferrarese

**FERRARA.** L'agenzia ferrarese di comunicazione e marketing Inside btb, presieduta da Luca Targa, ha di recente stretto un contratto di collaborazione con il Gruppo De Rigo, terzo produttore al mondo di occhiali dopo Luxottica e Safilo: 5.600 dipendenti, 735 milioni e 370 mila euro di fatturato, attività diversificata anche nei settori refrigerazione per l'industria conserviera, i trasporti, la grande distribuzione organizzata, retail, settore edile e immobiliare e settore alberghiero. Nell'assetto del Gruppo ci sono importanti novità sul fronte della refrigerazione, come l'unificazione delle due insegne Surfrigo e Detroit in una insegna unica: De Rigo Refrigeration.

"Questa operazione" - come ci spiega l'amministratore unico Giorgio De Rigo - "insieme ai piani di sviluppo in corso, porterà il nostro Gruppo al primo posto in Europa e grandi committenti, come Carrefour e Tesco ci hanno già confermato commesse fino al 2006. Dobbiamo essere all'altezza della nostra forza nell'immagine, così come lo siamo sempre stati nella produzione e nella scelta e qualità di tutti i materiali che escono dai nostri tre stabilimenti produttivi dedicati al settore refrigerazione, in provincia di Belluno, Roma e Gorizia. Perciò abbiamo affidato a Inside btb il compito di gestire un progetto di comunicazione strategica integrata che prevede una nuova immagine di tutti i nostri cataloghi, brochure, della presentazione istituzionale del Gruppo, un nuovo sito, pagine pubblicitarie per campagne stampa, attività di ufficio stampa e organizzazione."

Interrogato sui motivi che hanno portato la De Rigo a scegliere Inside, Giorgio De Rigo ha risposto. "Conoscevamo già Targa da tempo, seppure indirettamente. Abbiamo valutato positivamente il fatto che abbia diretto grandi aziende come manager del marketing e della comunicazione con eccellenti risultati e, dopo aver attentamente valutato la competenza



Luca Targa e Alessandra De Luigi, di Inside Btb, con Giorgio De Rigo, amministratore delegato del Gruppo (al centro)

professionale di tutto il suo staff di collaboratori abbiamo optato per questa agenzia che, in Triveneto, dove nasciamo, opera già da 15 anni, gestendo la comunicazione di grandi realtà aziendali. Sappiamo di aver affidato a Inside btb un compito molto difficile perché la nostra realtà è molto grande e tante sono le teste che devono andare d'accordo. Ecco perché avevamo bisogno di valido e

nel contempo giovane professionista in grado di portare esperienza ma anche tenacia."

La nascita di questa importante collaborazione non è l'unico nuovo progetto che impegna in questi giorni l'agenzia ferrarese che, per conto di una società nata dalla partecipazione di Soveda - uno degli impianti più grandi d'Europa per la produzione del pane surgelato precotto - con il Gruppo di Di-

stribuzione Personalizzata Auesia, sta curando il progetto di lancio di una catena di 100 negozi del pane di nuova generazione da aprire nel prossimo biennio. Un format da testare in Italia per essere poi lanciato anche all'estero, concepito per cambiare completamente l'approccio tradizionale all'acquisto del pane. Inside btb è autore del concept, del marketing operativo, dell'interior design dei punti vendita nonché di tutta l'immagine coordinata e del planning promozionale.

E le aziende ferraresi come reagiscono a tutto ciò? Tanto successo non le invoglia a rivolgersi ai professionisti locali? "Qui a Ferrara il detto *nemo profeta in patria* non è vero, è verissimo! - ci risponde Luca Targa, amministratore unico di Inside - Tanto è vero che quelli che sentivano di poter essere davvero molto bravi nel cinema, nelle arti, nella pittura oppure in alcune professioni, come la pubblicità, ad esempio, se ne sono dovuti andare dalla nostra città per dimostrare il loro valore. Laureatisi *grandi* altrove venivano poi riacciolti a braccia aperte dalla città natale. Vediamo se accadrà lo stesso a noi. Anche se devo dire che il vero ostacolo al decollo della cultura della comunicazione aziendale, a Ferrara è costituito dal fatto che sono pochi gli imprenditori ad aver compreso che il budget dedicato alla comunicazione è un investimento che rende e non una pura spesa. Meno male che ci capita sempre più spesso di essere cercati da fuori, persino da Milano."

Recentemente, infatti, per l'apertura della multisala Europlex di Rovigo, Inside btb è stata impiegata dalla compagnia inglese, che nella capitale italiana della pubblicità ha il quartier generale. La campagna pubblicitaria creata dall'agenzia ferrarese per preannunciare l'apertura ha vinto una gara cui partecipavano l'agenzia londinese e quella milanese del cliente, oltre ad altre due agenzie, di Padova e di Rovigo.

## Ferrara Fiere alla Btc

**FIRENZE.** Anche quest'anno Ferrara Fiere e Congressi parteciperà alla Btc, la Borsa del Turismo Congressuale ed Incentives, una delle maggiori fiere internazionali in Europa specializzate nel settore dell'organizzazione degli eventi. Giunta alla sua ventesima edizione, è l'incontro più qualificato tra chi deve organizzare congressi, meeting, convegni, seminari, incentive, eventi speciali e il meglio dell'offerta. La rassegna aprirà i battenti presso i padiglioni espositivi di Fortezza da Basso martedì 2 per concludersi giovedì 4 (orari dell'esposizione il 2 e il 3 dalle 9.30 alle 18, giovedì 4 dalle 9.30 alle 16). «Lo scorso anno abbiamo presentato la nuova struttura congressuale - afferma Giordina Arlotti direttore di Ferrara Fiere e Congressi - adesso cerchiamo di migliorare il prodotto e l'offerta cercando di inserire Ferrara nel circuito congressuale. I primi significativi risultati si sono già visti in quanto siamo passati da tre-quattro convegni svolti nel 2003 ai 29 effettuati quest'anno con un aumento del 300%». Alla Btc sono previsti oltre 1.200 espositori, circa 600 buyer italiani e circa 700 buyer esteri.