

Marketing

La nuova tendenza è promuoversi con compilation aziendali: videoclip, immagini e musica su misura

Suoni & profumi

E il cliente è sedotto

di Tiziana Petrelli

Brochures, dépliants e cataloghi addio. La pubblicità cambia volto. Questo è, infatti, il tempo di affidarsi alle compilation aziendali. Gli addetti ai lavori li chiamano «enhanced cd», ma non sono altro che compact disc multimediali con i quali le aziende promuovono la propria immagine al vasto pubblico. E' questa la moda degli ultimi anni: la nuova frontiera della comunicazione.

Gli «enhanced cd» contengono sia dati audio che video: inseriti in un normale stereo possono essere ascoltati, mentre da computer si vedono. Così l'azienda seduce il potenziale cliente facendogli dono di un oggetto che, una volta terminata la sua funzione pubblicitaria, si rivela piacevole, suggestivo ed evocativo.

«La musica è entrata sempre più prepotentemente negli schemi di marketing delle grandi aziende» sottolinea Alessandro Galano, amministratore delegato di Mediabrain srl, la società modenese per l'information & communication technology nata nel 2001, che si è specializza-



POP STAR Patty Pravo e Anna Oxa sono le artiste italiane più richieste dalle aziende per le compilation. A destra: Alessandro Galano, ad di Mediabrain



In gergo si chiamano «enhanced cd»

I prezzi variano da 10 a oltre 100mila euro

Il caso Mediabrain

da senza doversi connettere. Il tutto con in sottofondo brani dei più famosi artisti del panorama musicale nazionale e internazionale scelti in base alla comunicazione che si vuole dare. Si cerca di contenere il «peso» dei dati video, in modo da poter inserirli nel maggior numero possibile di pezzi musicali».

Gli artisti e i generi musicali vengono scelti sulla base del brand aziendale e del target che si vuole raggiungere, in maniera concertata con le discografiche chiamate a concedere la propria licenza.

«Il trend musicale prevalente è quello della compilation legata al chill-out, lounge, chill house, bossa, latin house e tutta la musica suonata nei club più rinomati. Ma abbiamo anche realizzato cd che spaziavano dalla musica jazz, alla classica, all'opera, alla melodia italiana».

Tra i formati con un packaging particolare ci sono i cd metallizzati, quelli lussuosi e quelli confezionati e quelli profumati. «Durante la sua produzione, la superficie di questo cd viene impregnata dell'essenza profumata scelta dal cliente. E' risaputo che l'olfatto sia uno dei sensi che maggiormente aiuta a conservare la memoria: non è un caso che capita di riconoscere un luogo o una persona conosciute sentendo il loro profumo. Abbiamo deciso di creare questo prodotto ritendendo particolarmente interessante come strumento promozionale: il profumo renderà maggiormente presente il messaggio contenuto all'interno di questo Cd». Ma quanto investe un'azienda in questo tipo di promozione? «Relativamente ai costi di realizzazione i prezzi sono piuttosto variabili e dipendono dalle modalità di produzione e di distribuzione. Molto dipende dagli arti-

sti richiesti e dalle case discografiche alle quali ci si rivolge, dal packaging e dal tipo di marketing che viene fatto. Si passa da una semplice bustina a 4 colori con un costo molto conveniente o a confezioni speciali che hanno prezzi più elevati. La cifra parte da una decina di migliaia di euro, per un prodotto base e con un repertorio di artisti le cui richieste in termini economici sono più limitate, a cifre con qualche zero in più (a centinaia di migliaia di euro) per compilation con artisti di successo e con packaging di lusso. Ma il costo è influenzato notevolmente anche dal fatto che il cd sia distribuito in omaggio o in vendita».

Mediabrain srl realizza questi progetti in collaborazione con case discografiche quali Irma record, Self, altre major ed etichette indipendenti: «Artisti quali Marvin Gaye, Groove Armada, Terence Trent D'Arby — conclude Galano —, le nostre Patty Pravo, Geraldina Trovato e Ninfa, insieme alle loro case discografiche contribuiscono a creare quella comunicazione cool & glam ricercata dalle aziende».