

TESTATA Il Denaro	DATA 11 ottobre 2003	SOGGETTO "A fianco delle imprese con passione e competenza"
-----------------------------	--------------------------------	---

UN'AZIENDA ASSOCIATA SI PRESENTA

NINOSALEMME&SAGET COMUNICAZIONE - Una nuova filosofia per una promozione pubblicitaria di successo

A fianco delle imprese con passione e competenza

"Cogliere l'essenza della relazione fra aziende e persone è il primo passo verso una comunicazione idonea a dare i suoi frutti nel tempo. Il cliente non è mai solo un consumatore, ma una persona dotata di sensi ed intelligenza, capace di scegliere come soddisfare i suoi desideri. Un'azienda non è mai solo un'entità economica, ma un insieme organico, dotato di persone e mezzi, capaci di differenziarsi e proporre soddisfazioni ai desideri delle persone. Amiamo comunicare con gusto, in tutta semplicità, l'unicità della relazione tra azienda e cliente."

Con queste parole Nino Salemme, Amministratore e Direttore creativo di NinoSalemme&Saget Comunicazione, ama presentare la sua agenzia. Un'agenzia di comunicazione pubblicitaria completa, una delle poche nel meridione, che punta tutto sulla creatività, la competenza e la conoscenza. Diversi sono i settori merceologici che si sono affidati alla NinoSalemme&Saget. Principalmente il food quali caffè, farina, aceto, oli, vini, bevande, pasta, lattiero caseari, cioccolato e altri, ma anche settori differenti tra loro, dalle materie plastiche ai sistemi software, dalla logistica al farmaceutico, dalle istituzioni alla cosmetica. Il team è formato da giovani, ma con una lunga esperienza sul campo, capaci di unire la spigliatezza e la flessibilità propria della loro età con l'esperienza di chi si muove in questo

settore da oltre un decennio. E' proprio grazie all'ausilio di queste professionalità che la Nino Salemme & Saget ha ottenuto riconoscimenti di livello nazionale e avviato partnership e joint-venture con importanti agenzie nazionali.

Tra gli obiettivi che la NinoSalemme&Saget si pone, ne emergono due molto interessanti. Uno è quello di creare un competente mercato della comunicazione anche nel sud Italia. "Per raggiungere questo obiettivo - sostiene Salemme - è necessario essere consapevoli dell'importanza di tenersi costantemente aggiornati e seguire percorsi di formazione continua interna, ed esterna, creando nelle aziende una maggiore cultura della comunicazione; un'azienda che conosce il valore aggiunto della comunica-

zione è fattore di crescita sia per gli imprenditori del marketing e della comunicazione, che per l'azienda stessa".

Il secondo obiettivo, ossia la capacità di porsi nei confronti del cliente come partner e non come fornitore, è per Salemme anche il vero punto di forza

dell'agenzia. La NinoSalemme&Saget affianca con passione e professionalità l'impresa,

sviluppando efficaci strategie di posizionamento sul mercato, apportando reciproca crescita. "La più grande soddisfazione per l'agenzia - afferma Salemme - è veder crescere ed affermare le imprese-partner con le quali si sono mossi i primi passi nel mercato insieme."

"Credo nelle imprese meridionali - prosegue l'imprenditore -

hanno una grande potenziale di sviluppo e possono essere competitive in uno scenario sempre più globale.

Devono però considerare che l'evoluzione dei mercati è frenetica e così deve essere la loro attenzione alle nuove tecniche o alle nuove tendenze. Chi vuole essere competitivo non può esimersi dall'utilizzare il marketing e la comunicazione pubblicitaria come possibili vantaggi. Crescere insieme può essere la risposta giusta".

"Negli ultimi tempi - spiega Salemme - si è registrata una maggiore propensione degli imprenditori ad affidare la gestione delle proprie campagne di comunicazione alle agenzie, aiutando i loro prodotti ad essere più visibili sul mercato.

Le ragioni di questo aumento di fiducia sono varie, innanzitutto la consapevolezza che in un mercato livellato come quello attuale i prodotti hanno bisogno di bonus significativi per emergere.

Se a questo aggiungiamo la nascita di nuove realtà professionali, con un elevato know how nel mondo della comunicazione e della pubblicità, avremo un ulteriore incremento di fiducia soprattutto al meridione, mercato che negli anni passati ha visto gli imprenditori vittime di pseudo professionisti, corsari, che hanno pensato prevalentemente a riempire le proprie tasche anziché a conseguire i risultati sperati dagli investitori."

