

LA CRESCITA DI SELTZ PASSA DALLA *MARKETING GENERATION*

Prosegue il percorso di crescita della divisione ufficio stampa e pr dell'agenzia di comunicazione Emporio Adv con l'acquisizione di nuovi clienti, l'implementazione di servizi competitivi e dello staff interno. Decisivo il processo di rinnovamento delle aziende italiane, che fa leva sempre più su comunicazione e marketing

Dicembre 2011 - Le aziende italiane negli ultimi trent'anni si sono profondamente evolute in tutti i settori, adeguandosi ai cambiamenti e alle tendenze di mercato. In particolare, le imprese hanno cambiato pelle dal punto di vista della tecnologia, con investimenti nella ricerca che hanno introdotto nuove modalità produttive e lo sviluppo di nuovi prodotti. A questo cambiamento non è corrisposta tuttavia una analoga evoluzione sotto il profilo della comunicazione, tant'è che oggi esistono realtà del *made in Italy* avanzatissime che però fanno fatica ad ottenere un'adeguata riconoscibilità del proprio *brand* e dei propri prodotti nel mercato di riferimento. Siamo arrivati in quella che si può definire “terza fase dell'innovazione”: da quella legata al prodotto è seguita infatti quella relativa ai processi organizzativi, commerciali e sistemici. Oggi il focus del rinnovamento non può prescindere dalla comunicazione.

Sulla scia di questo approccio al marketing delle imprese italiane come condizione essenziale per competere sui mercati, l'orientamento di Seltz nel promuovere al meglio l'immagine e la reputazione delle aziende è stato premiato, negli ultimi mesi, da una crescita in termini di volume di affari, di professionisti occupati, di implementazione qualitativa e quantitativa di servizi nell'ambito dell'ufficio stampa e delle pr e, non ultimo, dal numero e dal valore dei marchi che si sono affidati alla divisione *media relations* dell'agenzia Emporio Adv.

Già protagonista di diverse acquisizioni nel primo semestre, anche nella seconda parte dell'anno Seltz è stata protagonista sul mercato con nuove e importanti *partnership* che spaziano in diversi settori merceologici, senza dimenticare la gestione del grande **evento dei 50 anni di Pilosio**, coinciso con la prima edizione del *Premio Internazionale Pilosio Costruire la Pace* che ha richiamato in regione i big mondiali del settore costruzioni e il guru indiano Ram Charan. Fra le acquisizioni più rilevanti spicca quella di **Fipa Italiana Yachts**, una fra le principali realtà nel panorama della nautica internazionale da diporto sul mercato con i **tre marchi Maiora, AB Yachts e CBI Navi; Stratex**, uno dei *player* più importanti a livello nazionale nella produzione di strutture e architetture in legno lamellare e, tramite la divisione Stratex Living, nella produzione di case in legno.

Ufficio stampa e pr a vari livelli sono il marchio di fabbrica del servizio intrapreso da Seltz per **Greenfit**, affermata società italiana produttrice di attrezzature per l'*home fitness* a marchio proprio e a marchio Diadora; **Azzano**, realtà leader nazionale nella produzione di calze e filati con due sedi produttive italiane e una in Egitto; **Evergreen Life Products**, azienda specializzata nella produzione di integratori alimentari e prodotti per la bellezza e il benessere della persona a base di estratto acquoso di foglie d'olivo; **Frappa Edilizia**, impresa di costruzioni operante sia nel settore pubblico che in quello residenziale.