

La società guidata da Enrico Accettola cresce e si rinnova con un prestigioso incarico

GABRIEL GARKO COMUNICA CON EMPORIO ADV

Il progetto di comunicazione concepito dall'agenzia udinese ha l'obiettivo di valorizzare l'immagine del noto attore, sex symbol riconosciuto a livello nazionale, per rafforzarne la brand awareness e rendere il brand stesso commercialmente attraente. Dopo l'analisi di marketing iniziale, i primi passi saranno la creazione della nuova immagine e la gestione della comunicazione con gli utenti web

Gennaio 2012 - Gabriel Garko affida la gestione della propria comunicazione all'agenzia Emporio Adv. Non è tutto: questo nuovo incarico consente all'azienda udinese, guidata dall'imprenditore Enrico Accettola, di dare lo start-up al progetto che si basa sulla creazione di un gruppo di professionisti dedicato ai servizi di comunicazione e marketing degli attori e dei personaggi dello star system che, oggi, da una fase embrionale diventa realtà. L'agenzia udinese è stata selezionata dal noto attore, fra le tante strutture candidate per l'approccio consulenziale nella gestione del progetto e per l'originalità delle proposte comunicative che contraddistinguono Emporio Adv.

L'agenzia di Udine, che nel 2011 ha fatto registrare un deciso aumento del numero di clienti - un centinaio in totale - e del fatturato, in crescita del 37 per cento rispetto all'anno precedente, attuerà un processo di integrazione fra le varie attività di comunicazione già utilizzate dal noto attore, affinché esse possano rafforzare la sua brand awareness e l'immagine. Fra gli input dell'analisi di marketing realizzata dall'agenzia Emporio Adv sull'artista, emerge con forza la necessità di rivedere il linguaggio e la tipologia di comunicazione al fine di renderli coerenti con l'immagine e con i valori che Gabriel Garko intende veicolare, ovvero eleganza, mistero e sensualità. Peculiarità che saranno tenute in massima considerazione nella creatività degli strumenti di comunicazione e nelle varie attività che saranno intraprese, sia off-line che sul web, risultato dello studio di marketing preliminare che ha dettato le linee guida della rinnovata immagine dell'artista.

“I personaggi del mondo dello spettacolo, seppur con le peculiarità di un settore così ‘sui generis’, vanno considerati come delle vere e proprie aziende per l'indotto che ruota attorno alla loro attività e per il potenziale che possono generare in termini di business - spiega Enrico Accettola, ceo di Emporio Adv. Ritengo strategico, per loro, affidarsi a professionisti del settore della comunicazione e del marketing per capitalizzare al massimo le opportunità generate dalla loro professione.”

L'agenzia Emporio Adv si presenta al mondo dello star system forte dell'esperienza accumulata nelle aree advertising, web&multimedia, marketing e ufficio stampa e pr prodotto e corporate - tramite la divisione interna Seltz - per marchi affermati a livello internazionale. Un percorso, quello dell'agenzia udinese, iniziato dieci anni fa e che in tempi record l'hanno portata a posizionarsi come una fra le realtà emergenti e più dinamiche nel Nordest d'Italia. Fucina di giovani talenti creativi, Emporio Adv rappresenta un caso di eccellenza nel settore, tanto che in pochi anni è passata da un piccolo spazio di 190 mq ad un avveniristico capannone di 1400 mq, concepito all'insegna del wellness work con una trentina di addetti, profili d'eccellenza che si distinguono per la capacità di integrare i vari servizi di comunicazione, sempre ai massimi livelli.