



L'ERBORARIO



LINEA DIRETTA

La boutique delle idee

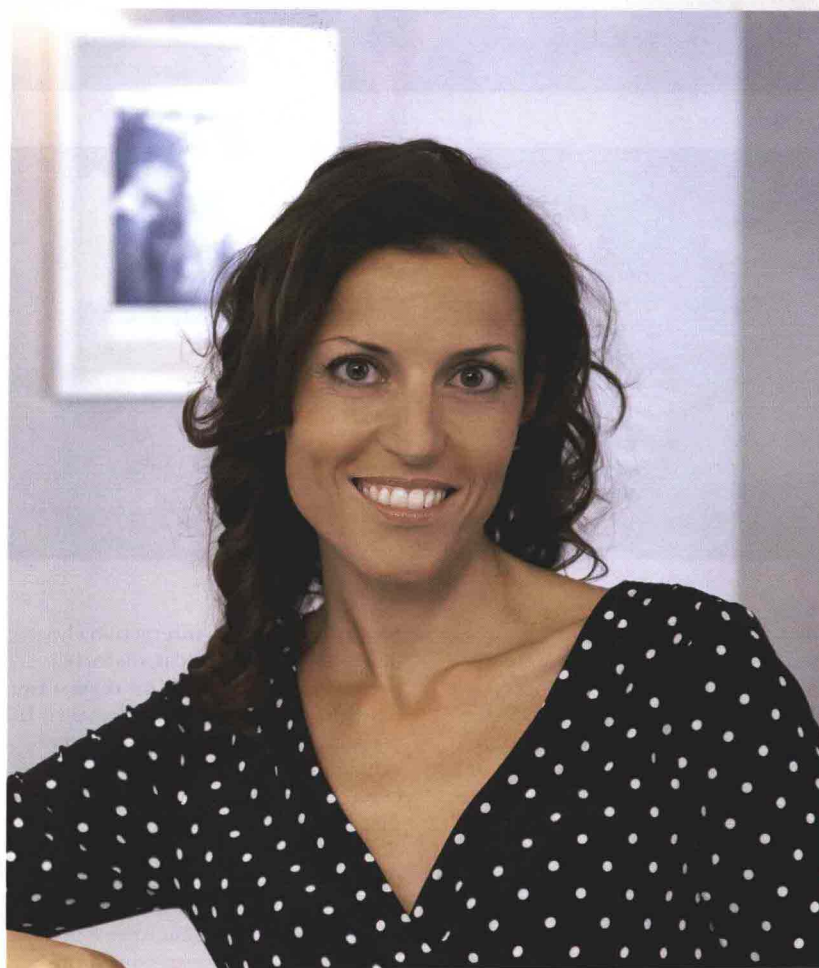
In collaborazione con la direzione commerciale

Per JuicyPr, struttura che celebra questo mese il suo terzo anno di attività, l'obiettivo primario è quello di mettere la propria intelligenza creativa al servizio dei clienti, offrendo loro una reale consulenza strategica a 360° e trasformando i lettori in consumatori

Con un'interpretazione che va al di là della pura traduzione letterale, nella lingua italiana la parola boutique indica un punto vendita in cui si possono acquistare, generalmente nel campo dell'abbigliamento e degli accessori, prodotti all'insegna del lusso, dell'eleganza e del buon gusto.

Questo concetto si adatta alla perfezione a definire le caratteristiche del posizionamento di **JuicyPr**, struttura fondata a Milano da **Giulia Calefato** e che in questo mese di ottobre celebra il suo terzo anno di attività sul mercato. La mera definizione di 'agenzia di pubbliche relazioni' sarebbe infatti riduttiva: JuicyPr opera nel settore beauty e lifestyle agendo come una vera e propria boutique creativa, ovvero mettendo a disposizione dei clienti l'ideazione di strategie innovative e su misura, finalizzate a consentire alle aziende di dialogare direttamente con il loro target di riferimento tramite la costruzione e il consolidamento delle relazioni con i media. L'obiettivo prioritario è quello di trasformare i lettori in consumatori: un traguardo ambizioso, che può essere raggiunto solo attraverso un'adeguata attività di promozione dei brand, una buona strategia di marketing e un servizio di pubbliche relazioni innovativo ed evoluto.

Al posizionamento basato su questa vision non è estraneo il background professionale della stessa Giulia Calefato, che per nove anni ha ricoperto incarichi di responsabilità, fra cui quello di Communication & Pr Mana-



Giulia Calefato

ger Europe in una nota multinazionale del settore cosmetico: un'esperienza che, per sua stessa ammissione, le ha consentito di "sviluppare una profonda conoscenza del mondo dei media e di imparare a costruire una solida rete di relazioni, grazie anche alla volontà di tenere sempre lo sguardo

attento sui cambiamenti in atto e, parallelamente, di monitorare sia lo scenario mediatico tradizionale sia le nuove opportunità offerte dai mezzi digitali".

Il fine di tutto questo, ovviamente, è sempre quello di offrire alle aziende clienti soluzioni innovative, efficaci e



LINEA DIRETTA



www.ecostampa.it

in linea con i loro obiettivi ed esigenze. E questo è possibile solo se si riesce ad instaurare un legame stretto col cliente, cosa non sempre facile per le agenzie di grandi dimensioni, e con un portafoglio clienti molto ampio. “Per noi – spiega ancora Calefato – il rapporto di consulenza non può prescindere dall’essere all’insegna della massima vicinanza e condivisione, confidenziale, quasi intimo. Conoscere a fondo il prodotto, partecipare alle riunioni agenti o di marketing, non sono considerati impegni aggiuntivi e superflui ma, al contrario, un’autentica conditio sine qua non per far sì che la fornitura di un servizio a 360° e ‘taylor made’ sia reale e non, come spesso accade sul mercato, una mera dichiarazione d’intenti dell’agenzia. In quest’ottica, le pubbliche relazioni sono solo un anello di una catena ben più complessa e strutturata, costruita a fianco del cliente giorno dopo giorno”.

Un eloquente esempio è rappresentato dalla collaborazione con il cliente **L’Erborario**, azienda leader nel settore fitocosmetico per la quale JuicyPr coordina tutte le attività di media relation. In aggiunta a ciò, l’agenzia ha ideato e poi curato l’esecuzione del progetto umanitario Ibisco, un fiore per L’Africa, teso a sostenere l’intervento della ong Green Cross Italia in Senegal. La campagna (partita lo scorso 8 marzo, in coincidenza con la Festa della Donna) ha preso il nome dalla nuova linea profumata creata per l’occasione, ed ha come obiettivo di comunicazione la conoscenza presso i consumatori dei valori e della filosofia de **L’Erborario**: la valorizzazione del lavoro femminile, la sostenibilità ambientale, la ‘democratizzazione’ della bellezza. “In sostanza – racconta la fondatrice di JuicyPr – ciò su cui puntiamo come elemento distintivo è la nostra intelligenza creativa: è proprio per questo che, accanto alla consulenza per l’ufficio stampa, offriamo una ben più ampia consulenza strategica inerente l’intero ventaglio delle attività di comunicazione integrata e di marketing. Per certi versi si va anche al di là della ‘boutique’: intendiamo essere un ‘atelier des idées’, in grado di creare valore per le aziende clienti. Al riguardo, un altro valido esempio è rappresentato dal riposizionamento di BaByliss, azienda leader in Europa



La linea profumata Ibisco, un fiore per L’Africa protagonista dell’omonimo progetto umanitario.



Due frame dello spot tv BaByliss

nell’hair styling. “ Qui l’idea vincente è stata quella di cambiare il percepito del marchio: da marchio di elettronica di consumo a brand produttore di accessori glamour per la bellezza di tutte le donne” – conclude Calefato. Le attività a supporto della nuova immagine di marca (svolte anche in

contesti prestigiosi come la Mostra del Cinema di Venezia) e le varie azioni di comunicazione e pr svolte sulla stampa femminile, in televisione e su Facebook hanno avuto per l’azienda significativi risvolti commerciali, incidendo positivamente anche sul versante del new business”.