

L'intervista

La pubblicitaria Anna Maria Testa

“Il mecenatismo paga così gli imprenditori si creano un'immagine”



Anna Maria Testa

ROMA—Anna Maria Testa, sponsorizzare un restauro per un'azienda è una campagna pubblicitaria più efficace di qualsiasi spot?

«Uno spot può essere utile a vendere un prodotto nell'immediato ma oggi il marketing ci dice che i consumatori sono condizionati dall'immagine di un'azienda, dalla sua identità, da quella che possiamo chiamare la sua reputazione. È giusto, in tempi come questi, per le aziende puntare alla costruzione di reputazioni solide, affidabili. Fare una strategia di lungo periodo. Perciò operazioni di questo tipo sono molto utili. Oggi i prodotti sono tutti uguali, quello che fa la differenza è l'immagine dell'imprenditore».

Il mecenatismo paga. Ma è solo una moda?

«No, non è una moda passeggera. I consumatori sono sempre più sensibili ai temi etici, ambientali, alle condizioni di lavoro, alla responsabilità sociale. Ci sono aziende che pubblicano i bilanci di sostenibilità oltre a quelli tradizionali».

In un periodo di globalizzazione molte aziende rafforzano il rapporto con il territorio.

«Sì, l'impresa supera la logica del particolare, il recinto dello stabilimento, se c'è anche del narcisismo in questo ben venga, è un narcisismo virtuoso».

(m.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

