

# Contro la recessione un dono gradito

Il vecchio motto che recita "Il bisogno aguzza l'ingegno" trova una perfetta rivisitazione nell'attuale binomio "Innovazione e crisi", di questi tempi molto ricorrente. Circa il termine "innovazione" va detto che, nonostante oggi sia spesso riferito alle molteplici possibilità offerte dal mondo della tecnologia, in realtà, il suo vero significato scaturisce anche dal perfezionamento, di qualcosa che già esiste, e non necessariamente, nel mondo del digitale. Accolta questa lettura, il passaggio al secondo termine - crisi - è immediato: in un momento di recessione, le aziende si trovano nella necessità di ottimizzare gli investimenti attraverso la scelta di veicolare i propri budget nella direzione di soluzioni capaci di garantire il mantenimento della posizione sul mercato (e magari di consolidarla!).

Dal macro al micro, anche i consumatori hanno bisogno di contenere le proprie spese, ma senza perdere in qualità. E' forse da questo ragionamento, di certo espresso in modo semplicistico, che si stanno sviluppando iniziative imprenditoriali frutto di una creatività applicata dall'attenta osservazione del periodo attuale. E' il caso di Retail Italia - società costituita da Ecrm Italia ed EasyNolo, gruppo Banca Sella - e del suo progetto Carteregalo.it. «Nel nostro Paese, questo business si è sviluppato in particolare nel segmento "esperienziale" - spiega Fabio Regazzoni, general manager di Ecrm Italia -. Noi abbiamo invece scelto un posizionamento differente, proponendo al mercato un prodotto assolutamente nuovo: le carte regalo delle insegne».

Un'idea che non ha tardato a dare buoni frutti: «Il 2008, che per noi ha rappresentato il pri-

**In tempo di assottigliamento dei budget, l'incentive può servirsi di un nuovo circuito virtuoso: quello delle carte regalo delle insegne. Un modo inedito per portare vantaggi ad aziende, catene distributive e consumatori**

di **Grazia Maria Giorgi**

**Semplicemente innovativi**

Fabio Regazzoni, general manager di Ecrm Italia



mo anno di attività, si è chiuso con un incoraggiante transato di circa 700.000 euro - continua Regazzoni - e i primi 5 mesi del 2009 hanno fatto registrare una crescita del 360% del fatturato e del 348% del volume di carte emesse». Uno sguardo agli Stati Uniti, tradizionalmente anticipatori di trend destinati a sbarcare con successo anche nel nostro Paese, suggerisce le ottime potenzialità di questo business. Si stima infatti che in Usa il mercato delle gift card raggiungerà il 50 miliardi di dollari nel 2012. Non solo. Secondo Packaged Facts, l'80% delle aziende in cui si contemplano sistemi di incentive per i propri dipendenti usa questa formula e di esse il 59% prevede di aumentarne l'utilizzo nel corso di quest'anno.

A spiegare in dettaglio il pro-

getto Carteregalo.it è lo stesso general manager di Ecrm Italia.

**Cos'è, precisamente, una carta regalo?**

Un buono acquisto spendibile nei punti di vendita della catena distributiva emittente. In pratica è un titolo al portatore, non commerciabile, né convertibile in denaro, né ricaricabile una volta esaurito il credito.

**Quali sono i vantaggi per le aziende che vogliono utilizzare le carte regalo come strumento di incentive?**

Innanzitutto, regalare ad un collaboratore o un cliente una carta regalo significa dare un "premio di valore" e ottenere un gradimento garantito. La carta regalo, poi, è uno strumento molto flessibile: possiamo creare carte regalo di qualsiasi importo, sia nel formato elettronico - voucher - che in quello plastificato - card - e recapitarle all'azienda, o ai destinatari finali, in tempi rapidissimi. Infine i plus economici: per l'azienda non c'è nessun costo aggiuntivo di personalizzazione, nessun costo di spedizione e moltissimi vantaggi fiscali.

**Per quale ragione un'azienda dovrebbe acquistare le carte regalo?**

Nel caso di operazioni di incentive, rewarding e promotion, le carte regalo possono rivelarsi un riconoscimento più gradito di altri, dal momento che il beneficiario può scegliere - all'interno di tutta l'offerta messa a disposizione nei punti di vendita della catena emittente della carta - cosa acquistare, in base ai propri gusti e alle proprie necessità. Un dono è sempre ben accetto, si intenda, ma il fatto di ricevere non oggetto, che magari si possiede già o che non si utilizza, bensì un credito per l'acquisto di un bene utile o desiderato, è un valore aggiunto da non trascurare, soprattutto oggi, in considerazione del momento recessivo che porta molti consumatori a qualche rinuncia in più rispetto al passato.

**Le carte regalo vanno spese in un'unica soluzione? E hanno una scadenza?**

In ambedue i casi dipende dalle scelte ope-

# UN PROGETTO ALL'INSEGNA DELLA COERENZA

Il progetto [carteregalo.it](http://carteregalo.it) di Ecrm Italia si inquadra perfettamente nella filosofia del network composto da LM Consulting e LM Marketing Group, di cui la società guidata da Fabio Regazzoni è partner. Del resto, il network nato dall'idea imprenditoriale di un manager del calibro di Laurent Malek, approdato a questa nuova avventura professionale dopo un'importante carriera nel marketing di alcune tra le maggiori multinazionali - tra cui Philip Morris e Walt Disney -, dove ha ricoperto ruoli senior, si pone proprio «Come "brand partner" in grado di offrire servizi di marketing di qualità, che vanno dalla consulenza strategica a 360 gradi fino all'implementazione di un servizio "chiavi in mano". In un panorama in cui i touching point tra marche e consumatori si moltiplicano e in cui il marketing evolve in un insieme sempre più vasto di

attività mirate e precise, quelli che proponiamo sono plus da non sottovalutare», afferma lo stesso Malek. «Su un piano - spiega poi il ceo - attraverso LM Consulting offriamo una consulenza strategica o una gestione in outsourcing delle funzioni di comunicazione ad aziende che non dispongano di una struttura di marketing interna, sull'altro procediamo all'implementazione della stessa attraverso la rete di partner che compongono l'LM Marketing Group». La struttura varata da Malek si configura quindi come una rete di agenzie altamente specializzate attivabili a seconda delle esigenze del singolo cliente, selezionate dal manager nel corso della sua carriera in base alla professionalità e alla posizione di leadership sul mercato. A LM Marketing Group ([www.lmmarketinggroup.com](http://www.lmmarketinggroup.com)) fanno capo Ink Graphics Communication per la creatività, Crf per



### Una boutique di idee

Laurent Malek è chief executive officer di LM Marketing Group, network di cui Ecrm Italia è partner

le promozioni, Trad' Online per i servizi di localizzazione, Newton lab per gli eventi, Target Research per le ricerche di mercato, Rtr Sports Marketing per il marketing sportivo, Ecrm Italia per il customer relationship management. «In una situazione come quella attuale, caratterizzata dalla necessità delle aziende di ottimizzare l'investimento in comunicazione, LM Marketing Group si presenta come una "boutique" che offre un servizio altamente professionale e qualitativo tagliato sulle reali necessità del committente, senza il "peso" e i costi fissi che avrebbe una agenzia tradizionale. Un obiettivo reso possibile anche dall'articolata rete di partner che fanno parte del network e che soddisfano la costante ricerca di innovazione anche in termini di spunti e strumenti da proporre ai nostri clienti, come il progetto [carteregalo.it](http://carteregalo.it) dimostra» conclude il manager.



rate dalle catene che aderiscono al nostro circuito: vanno utilizzate in una sola soluzione per esempio nei punti di vendita di Trony, Chicco, Kasanova, Sephora e Toys, mentre in più soluzioni da Coin, Cisalfa, Giunti al Punto e Ibs. Da segnalare, inoltre, che più carte regalo sono cumulabili per uno stesso acquisto. In merito alla scadenza la maggior parte delle insegne fissa una validità di sei o dodici mesi.

cui si effettua l'acquisto: essa sostituisce infatti il contante. Se il valore della merce supera quello della carta regalo, la rimanenza può essere integrata con altre forme di pagamento.

### In quale formato sono disponibili? E come vengono ricevute le carte regalo?

Le carte regalo sono disponibili sia nel formato elettronico - voucher pdf stampabile in formato A4 - che nel classico formato plastificato. Le carte regalo elettroniche vengono spedite via posta elettronica o messe a disposizione su file Ftp protetto, sono disponibili entro 2 ore dalla ricezione dell'ordine e non si paga alcun costo di spedizione. Nel caso si opti per il formato plastificato, la spedizione avviene tramite

### In che modo il beneficiario può utilizzare la carta regalo?

Molto semplicemente presentando la carta regalo alla cassa del punto di vendita in

### LE INSEGNE CHE HANNO GIÀ ADERITO A CARTEREGALO.IT

- CISALFA
- SEPHORA
- TOYS CENTER
- CHICCO
- COIN
- KASANOVA
- GIUNTI AL PUNTO
- TRONY

### BREVE VADEMECUM DI UTILITIES PER GLI UTENTI

**Vantaggi fiscali** L'acquisto delle carte regalo può rientrare nella disciplina delle spese di rappresentanza come definite dall'art. 108 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi (DPR 917/86 comma 2), secondo il quale se ogni singolo omaggio è di valore unitario non eccedente a 50 euro, è ammessa l'intera deduzione del reddito di impresa.

**Fatturazione** E' possibile richiederla inviando una mail completa dei dati aziendali e di quelli relativi all'acquisto all'indirizzo [info@carteregalo.it](mailto:info@carteregalo.it)

**Pagamento delle carte regalo** Sono previste due possibilità: gli ordini online devono essere pagati con carta di credito o carta prepagata; gli ordini telefonici tramite bonifico bancario

**Personalizzazione** Sulle carte regalo possono essere inseriti gratuitamente il logo aziendale e una dedica.  
**Superamento della data di validità** In questo caso, affinché la carta regalo possa essere spesa, è necessario rivolgersi direttamente alla catena di negozi emittente.

**Smarrimento e furto** Basta contattare il call center di Carteregalo e comunicare il codice identificativo della carta regalo. Qualora non sia stata effettivamente spesa, Carteregalo provvederà a sostituirla.