



Con il gusto di montagna... l' advertising ci guadagna!

Una scelta controtendenza

*per una delle più importanti agenzie di pubblicità del territorio lecchese.
Creatività ad alto tasso nel verde sotto la Grigna*

di Gioia Boscolo

***“Agenzia come
“fulcro” sul quale
gravitano tutti i
problemi di
comunicazione
delle aziende”***

Rosato's Advertising è una struttura pubblicitaria un po' anomala nel variegato panorama pubblicitario italiano.

Fondata quasi dieci anni fa dal titolare Paolo Cagnotto, 36enne milanese, a Lecco, nella prospettiva della nuova provincia ora è il punto di riferimento della comunicazione nel territorio valsassinese.

Una scelta che può sembrare stravagante per un'attività come quella del comunicatore pubblicitario. Come mai, allora questa scelta che può sembrare limitativa per un'agenzia di pubblicità trasferitasi da una città in procinto di essere provincia in un paese di meno di 2.000 abitanti?

“E' una scelta quasi strategica... Da anni lavoriamo soprattutto con la Valsassina, siamo abituati a non considerare i singoli paesi come uniche realtà, ma globalmente: un territorio di oltre 20.000 abitanti, con tutti i numeri che ne derivano in termini di comparto lavorativo (artigiani, industrie, commercio). Un avvicinamento anche “fisico”. Ormai nell'era della telematica le distanze si coprono via telefono. Ci si deve muovere solo quando è strettamente necessario o per fare del turismo.

Il tempo a disposizione è sempre meno e bisogna ottimizzarlo.”

Tanto più, aggiungiamo, la creatività ne risulterà maggiorata, perchè un conto è guardar fuori dalla vetrate delle agenzie



milanesi e perdere lo sguardo nel grigio della nebbia, un altro è quello di poter ammirare la Grigna, il Resegone solo alzando lo sguardo...

Ma il ruolo di un'agenzia di pubblicità come è considerato in un'area come quella lecchese?

“Possiamo ritenerci abbastanza soddisfatti del lavoro svolto in questi anni... Anche se c'è ancora poca conoscenza del nostro lavoro da parte delle industrie locali: chi ci considera una tipografia, chi venditori di spazi pubblicitari... O rappresentanti...”

In realtà?

“In realtà siamo un 'reparto' delle aziende nostre clienti. Il nostro lavoro parte dal marketing per arrivare allo sviluppo del prodotto, alla ricerca del segmento di mercato, alla personalizzazione del prodotto stesso (packaging e confezione), dalla sua veste alla scelta dei veicoli per commercializzarlo.

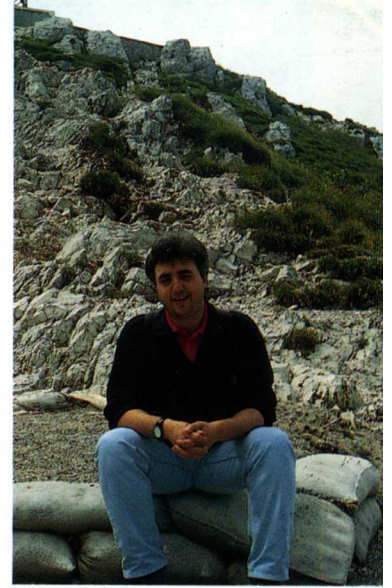
Tutto questo elaborando e intervenendo su tutti gli strumenti a disposizione: depliantistica, immagine, convegni, partecipazioni a mostre e fiere (con relativa realizzazione della tipologia d'immagine dello stand), promozioni, scelta dei mezzi più idonei (giornali o periodici o affissione o TV o tutti questi insieme). La comunicazione passa anche attraverso il filtro dell'informazione, ecco quindi l'ufficio stampa, i comunicati per parlare dell'azienda o della manifestazione anche ai giornali, a chi deve informare i potenziali utenti. Per finire alla scelta dei collaboratori: il

fotografo più idoneo per una foto di formaggi, o di forbici o di un ritratto... E così via”.

Quindi l'agenzia come “fulcro” sul quale gravitano tutti i problemi di comunicazione e d'identità delle aziende verso l'esterno. Paolo Cagnotto è socio dell'Associazione Tecnici Pubblicitari (TP) e la sua agenzia è tra le poche del comasco (una ventina) riconosciute dall'Albo Ufficiale delle Organizzazioni pubblicitarie e, nella provincia di Lecco sono solo un quarto di queste. L'albo ha lo scopo di tutelare la categoria, ma soprattutto garantire ai potenziali clienti di non trovarsi di fronte a “pubblicitari” improvvisati, come spesso capita soprattutto per le professioni nuove. E' una professione che consiglia ai giovani per il proprio futuro?

“Più che la pubblicità, la comunicazione in senso stretto, il vero lavoro del futuro per il nostro territorio sarà il marketing, non se ne potrà più fare a meno. Tutte le aziende, grandi o piccole, se non vorranno sparire dovranno fare i conti con il marketing... E anche per poter dialogare con le agenzie, non possiamo avere come referente se non il titolare, il suo ragioniere o addirittura il capo dei magazzinieri...”

Soprattutto oggi che siamo in presenza di un moltiplicarsi di mezzi di comunicazione, una realtà come la Rosato's Advertising ha dalla sua il vantaggio di stare sempre dalla parte del cliente, non dei mezzi che per loro sopravvivenza devono venderli a tutti.



Paolo Cagnotto, che lavora in pubblicità dal '76, si forma presso l'Istituto Europeo di Design, ha all'attivo anche corsi di giornalismo e ha frequentato due scuole di cinema. Ha collaborato con diversi studi e agenzie milanesi, nonché con lavori propri per clienti prestigiosi anche nella specialità dell'illustrazione, programmi televisivi e un documentario per la Centrale del Latte di Milano. Abbandona Milano nell'82 trasferendosi a Lecco dove fonda la Rosato's Advertising. Quattro anni fa si è poi spostato nella verde Valsassina, e grazie alla telematica riesce a lavorare anche lontano dalla Metropoli. Per la valle ha realizzato oltre al marchio "Valsassina", la mascotte Grignotto, i logotipi di parecchi artigiani e piccole industrie, i manifesti per la Mostra Zootecnica, per le gare internazionali di sci. Sempre nell'ambito della comunicazione ha curato l'aspetto anche espositivo della Comunità Montana, di cui è direttore editoriale dell'house organ. Attivo anche nell'area editoriale, ha fondato e dirige "Immagine Valsassina", la voce del turismo valsassinense e dal 1992 è direttore del Pioverna, il mensile valsassinense che copre l'area da Ballabio a Colico e Premana.



Nella foto sopra il titolo e qui a fianco alcuni prodotti "vestiti" dall'agenzia. Nella pagina accanto, in basso alcune campagne realizzate negli ultimi anni. Sopra il riquadro Paolo Cagnotto fotografato sotto la croce del Resegone. Che voglia trasferirsi "sempre più in alto?"