

INTERVISTA AL DIRETTORE MARKETING LUCA BEGHELLI

## Beghelli riaccende l'adv con una 'Sorpresa'



Luca Beghelli

Dall'1 al 14 novembre un flight su reti Mediaset con la nuova lampadina Led. Confermati i partner storici Max Information e Media Italia

[ pagina 9 ]

### Creatività & Marketing

IL DIRETTORE MARKETING LUCA BEGHELLI: "LA COMUNICAZIONE È DA SEMPRE UN PILASTRO DELLE STRATEGIE DELL'AZIENDA"

## Beghelli, ritorno in tv con una 'Sorpresa'

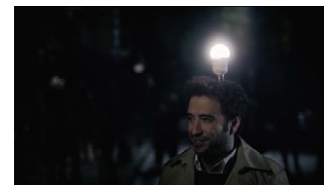
Dall'1 al 14 novembre un flight su reti Mediaset con la nuova lampadina Led. Confermati i partner storici Max Information e Media Italia

di Valeria Zonca

Dopo due anni di silenzio, Beghelli, azienda leader in Italia e in Europa nell'illuminazione di emergenza e a risparmio energetico per uso domestico, industriale e privato, torna in comunicazione dall'1 novembre con un flight tv di due settimane su tutte le reti Mediaset per presentare al mercato Sorpresa, l'ultima novità della gamma di lampadine Led. "Si tratta della prima lampadina Led con l'emergenza al suo interno, che rimane accesa anche quando manca l'energia elettrica - spiega a Today Pubblicità Italia Luca Beghelli, direttore marketing dell'azienda di Monteveglio (BO) -. Un prodotto mass market in cui crediamo molto e che può fare da traino a tutta la linea di lampadine a risparmio energetico". La creatività del commercial è stata sviluppata da Max Information, partner storico di riferimento

di Beghelli. La regia è di Igor Borghi per la casa di produzione Film Good. "Lo spot è stato girato a Madrid il 29 e 30 settembre scorsi, con due giorni di shooting, uno con riprese realizzate in appartamento e l'altro con riprese notturne negli studi Warner Bros. - prosegue il manager -. Lo storyboard si apre con alcune persone che si muovono con una lampadina in testa accesa; a un certo punto manca la corrente e solo a una di esse rimane la luce e da lì inizia il racconto di Sorpresa, che si conclude con la descrizione anche della gamma di lampadine tradizionali Led e con il claim 'Beghelli, le nuove lampadine Led di casa tua'. A fianco della tv, insieme all'altro nostro partner da sempre Media Italia, abbiamo pianificato anche il mezzo stampa su testate Class Editori tra cui Milano Finanza e Casa & Country, e sul web, oltre a essere presenti nei punti vendita con materiali pop che

riprendono il claim di comunicazione e il soggetto Sorpresa". I prodotti Beghelli sono distribuiti sia nei negozi di materiale elettrico sia nelle principali insegne della distribuzione organizzata. "Il nostro cavallo di battaglia è l'innovazione e ci contraddistingue il nostro impegno nel proporre novità importanti sul mercato concentrandoci sul nostro core business, che riguarda l'illuminazione, anche di emergenza, e il risparmio energetico - dichiara Beghelli -. Siamo presenti con prodotti di installazione in diversi mercati esteri tra cui Germania, Repubblica Ceca, Stati Uniti e Canada, anche con aziende di proprietà. Sui prodotti commerciali come le lampadine siamo solo in Italia e per il momento non è prevista un'espansione fuori confine". Beghelli ha chiuso l'esercizio 2014 con un fatturato di 149,7 milioni di euro, in crescita del 6,2% sul 2013, ma anche i dati del primo se-



mestre sono positivi con un fatturato consolidato pari a 85,6 milioni di euro (+15,6% sullo stesso periodo del 2014). "Il mercato sta premiando le nostre scelte strategiche - precisa il direttore marketing -. La comunicazione è sempre stato un pilastro importante e ha un'incidenza significativa sul fatturato. La macchina dell'acqua, il prodotto protagonista dell'ultima campagna adv nel 2013, sta andando bene sul mercato, così come il Salvavita su cui abbiamo apportato delle innovazioni e ora può essere collegato al telefono cellulare. Ci saranno nuovi lanci nel 2016 sia sul segmento lampadine Led ma anche su altre referenze". L'azienda sta definendo il piano di comunicazione per il 2016 e una possibile ripresa del flight tv che sta per andare on air dall'1 al 14 novembre.