

di Gaetano Passaro

La sincronicità del momento presente manifesta ciò in cui ho creduto e credo da diverso tempo. Oggi vedo profilarsi il nuovo scenario, dove, dopo oltre vent'anni di trend di crescita positivi che hanno premiato le agenzie specializzate limitando fortemente l'offerta dei produttori italiani, **valori quali sostenibilità, qualità e senso della comunità spingono più forte che mai** verso l'innovazione capace di smuovere la monotonia delle short promotion a supporto di un mercato operoso e inarrestabile: la distribuzione alimentare.

Sicuramente è il tempo di **aprirsi al cambiamento** e la formula che propone Loyfactory per il mondo delle promozioni è una concreta possibilità. I buoni profitti sono veicolati da progetti fondati su valori importanti: **design italiano nel casalingo e nel tessile per lo sviluppo di progetti originali** (in un lavoro di team con il marketing della GDO, i designer, i tecnici di produzione e Loyfactory), **sostenibilità dei materiali** sempre più rilevante nella coscienza sociale collettiva, **competenza e peculiarità garantite della produzione italiana**.

Grazie a una modalità commerciale di **transazione diretta produttore-cliente**, senza alcun intermediario (agenzia), si ha un **significativo contenimento dei costi** che rende questa formula fortemente competitiva. Si possono assicurare altresì **qualità del prodotto, efficienza, capacità produttiva e tempi di consegna**

più rapidi, con la nostra supervisione in tutte le fasi dell'operazione inclusa la gestione del reso aperto. **Valori forti che premiano tutti e rassicurano l'Italia**, sostenendone l'economia e restituendo dignità e business reale ai produttori italiani che scendono in campo proattivi e partecipativi, anche in questo settore.

La proposta di Loyfactory è unica e concreta perché basata sulla profonda esperienza e know how che ci caratterizza, una conoscenza matura di un settore altamente specializzato e dell'industria, e incoraggia una visione chiara e grintosa. L'affidabilità nei confronti dei produttori e dei clienti è lo stesso principio di coerenza su cui si basa il nostro lavoro quotidiano, sostenendo così i nostri punti di forza nella fornitura dei premi. **Loyfactory** propone alle catene la possibilità di realizzare delle **short promotion ricche di valore**, influenzando la scelta di un'insegna rispetto a un'altra e generando profitti, offrendo premi di livello a un prezzo conveniente per il

Intuizione e visione trovano riscontro nella realtà. Il ruolo innovativo di Loyfactory nel mercato Loyalty

consumatore (facilmente verificabile nei negozi specializzati del casalingo). Un **equilibrio win/win** grazie a un corretto investimento e guadagno di tutti gli attori. È anche mantenendo un **bilanciato livello di profitto e una meccanica efficace**, autenticamente vantaggiosa per il cliente finale, che l'operazione risulta vincente. Puntare sui cromosomi creativi del DNA italiano, garantendo un livello qualitativo del premio fornito superiore rispetto all'oceano di artefatti del Far East che hanno invaso le case degli italiani, è quanto mai **attuale, moderno, etico**.

La nostra particolare **sensibilità all'ecologia** non è un'ideologia,

Gaetano Passaro
CEO di LoyfactoryMaurizio Scutellà,
designer

ma una concreta pratica quotidiana che genera collaborazioni con produttori che operano attraverso criteri di sostenibilità e una proposta di oggetti dal design intramontabile, fatti per durare.

Guardare ai programmi di collezionamento dalla parte dei consumatori è per noi l'approccio possibile, poiché senza stimolare emozioni positive verso il premio proposto, è più complicato garantirne il coinvolgimento nell'operazione. Gli italiani hanno un senso innato di armonia e bellezza, riconoscono e ricercano la qualità dei prodotti, oggi più di sempre, ed è su queste basi che noi progettiamo i premi delle nostre operazioni. Sarà sempre più difficile richiedere al consumatore il necessario contributo economico per oggetti privi di autentica personalità.

Con **Pandora Design**, azienda storica del design italiano, realizziamo linee esclusive di prodotti per la casa in materiali plastici riciclati al 100%, idonei al contatto alimentare. Con aziende e gruppi industriali del calibro di **Zani Serafino** (brand Serafino Zani, Officine Zani, Emporio Zani, Memento e Touch-mel), sensibili alla qualità e alla bellezza del prodotto italiano, abbiamo stretto collaborazioni e partnership che ci consentono di proporre in esclusiva alle insegne della grande distribuzione marchi di alto livello per linee di strumenti di cottura in metallo, bicchieri in vetro e complementi per la tavola in porcellana e resina melaminica di altissima gamma.

Articoli di alta qualità si possono reinserire facilmente nel circuito del dettaglio, hanno un forte appeal sul consumatore che si sente privilegiato a potervi accedere facendo la spesa al supermercato ad un prezzo molto più vantaggioso e con la possibilità di poter ritrovare il suo premio preferito presso un negozio di casalinghi. Non dimentichiamo che l'alta qualità dei premi di una promozione sostiene l'insegna, rafforzandone l'immagine grazie al consenso dei propri clienti.



LOYFACTORY
AuthentiCity

www.loyfactory.com

Via Mecenate, 76 int. 85 tel 02.500.43.676
20138 Milano info@loyfactory.com