

RETRO MARKETING:

**MOLESKINE®**

Legendary notebooks

*Alice Tori, Daniela Aldegheir,  
Irene Milani*

# CONTESTO

Mercato saturo  
Affollamenti di messaggi  
Omologazione dell'offerta



Necessità di punti di riferimento  
Ricerca di autenticità  
Voglia di differenziarsi



# RETROMARKETING

# COUSA E'?

Il retro marketing è una tipologia di marketing fondata sullo sviluppo di prodotti e servizi che mantengono legami nostalgici con il passato, reale od immaginario, del consumatore, della società e del marchio.

# Stephen Brown

È l'autore di riferimento, professore di Marketing research, università Ulster, Irlanda del Nord.

La sua definizione di retro marketing:

“Retro brands are relaunched historical brands with updated features”.

# CARATTERISTICHE

- ✓ storia
- ✓ valori autentici
- ✓ fattore community
- ✓ paradossi di significato:
  - ◇ nuovo - vecchio,
  - ◇ tradizione - tecnologia,
  - ◇ passato - futuro.

§contro-incontro tra progresso e regresso.

# APPLICAZIONE

In diversi settori, dall'abbigliamento all'automobilistico.

Esempi



✓ 500



✓ New Beetle



✓ F&M



✓ Mini

# MOLESKINE®

Un pezzo di storia del consumo

- ✓ taccuino 14 per 9cm
- ✓ angoli arrotondati
- ✓ copertina tela Cerata  
nera
- ✓ fettuccia elastica
- ✓ tasca interna a  
soffietto
- ✓ nastro nero per  
segnalibro
- ✓ pagine leggere



# STORIA

Il taccuino nero sembra avere due vite.

- ✓ Dai primi anni del '900 una piccola manifattura di Tours produce i taccuini e li vende nelle cartolerie parigine frequentate da importanti artisti. Nel 1986 chiude i battenti.
- ✓ Nel 1997 la casa editrice milanese Modo&Modo riporta in vita il leggendario taccuino scegliendo il nome Moleskine. Nel 2009 è stata acquistata dalla SGCapital Europe ed ha aperto una sede a New York.

# CARATTERISTICHE

✓  
creatività

✓  
immaginazione

✓  
semplicità d'uso

✓  
community

✓  
complemento della  
tecnologia

✓  
tradizione

✓  
prodotto  
globale

✓  
nomadismo  
contemporaneo

✓  
personalizzazione

✓  
memoria

# PERCHE' E' UN RETRO BRAND?

- ✓ Fedele allo spirito originale.
- ✓ Oggetto che si porta con sè la propria storia.
- ✓ Fa perno sull'immagine del suo celebre antenato.
- ✓ Stretta connessione con il mondo digitale.

# L'INNOVAZIONE

- ✓ Prodotto di successo nell'era digitale.
- ✓ Complementare e non di sostituzione alla tecnologia.
- ✓ Utilizzo del web per fidelizzare e sviluppare il brand.



Punti di forza del suo successo

# COMMUNITY

- ✓ Forte ed attiva comunità di appassionati.
- ✓ Sito internet come punto di partenza della costruzione della community.
- ✓ Stretto rapporto con i cliente.
- ✓ MyMoleskine come piattaforma di condivisione della propria creatività.
- ✓ Utilizzo dei social network e altri canali digitali.
- ✓ Numerose iniziative e collaborazioni con il mondo dell'arte.

# PRODOTTI

✓ Taccuino standard



✓ Moleskine Passions



✓ Agenda



✓ Custodie per iPhone ed iPad



✓ City Notebook



# CONCLUSIONE

Il successo di Moleskine si fonda sulla connessione del mondo digitale con quello analogico (Carta) senza perdere il legame con il suo passato.

# Grazie per l'attenzione