

IL PROGETTO SCUOLA-KIT di Federcartolai

Sperimentato con successo lo scorso anno a Roma e Milano, il progetto Scuola-Kit è riproposto quest'anno da Federcartolai su scala nazionale. Obiettivo: dimostrare ai consumatori e al mass-media che la vera convenienza abita in cartoleria, al fianco degli affascinanti prodotti griffati.

Che cos'è esattamente Scuola-Kit? Lo spiega a Cartoshow nell'animato convegno del 23 maggio Luigi Del Marro, presidente di Asscart-Roma (una delle associazioni provinciali che compongono la Federazione nazionale dei Cartolai): si tratta di una proposta che la Federazione lancia a livello nazionale, che il pubblico toccherà con mano a partire dalla metà del prossimo agosto e che si realizza sulla scorta del successo ottenuto lo scorso anno nelle città-pilota di Roma e Milano. Scuola-Kit è un'iniziativa promozionale di webmarketing, promossa da Federcartolai e Unione Italiana Genitori, e realizzata in collaborazione con tutta la filiera. Coinvolge quindi, oltre ai cartolai, fornitori primari come produttori, distributori esclusivi, importatori, franchisor e i distributori territoriali, dai grossisti alle catene commerciali fino ai gruppi d'acquisto. L'obiettivo è chiaro: accrescere l'attenzione dei consumatori nei confronti dei cartolai, aumentare il flusso di pubblico - e quindi di vendite - nei negozi di cartoleria puntando anche sul coinvolgimento dei clienti internauti. Non solo: nel mirino c'è infatti anche il forte

desiderio di contrastare la concorrenza della grande distribuzione nel momento dell'apertura dell'anno scolastico, opponendo armi efficaci come la riaffermazione del ruolo della cartoleria tradizionale in termini di servizi al cliente, assistenza guidata agli acquisti, offerta qualificata e selezionata di prodotti scuola a un prezzo controllato.

CORREDO BASE A PREZZO FISSO

L'iniziativa consiste nella vendita nelle cartolerie aderenti al progetto di

un assortimento base di prodotti per la scuola - zaino, diario, astuccio pieno, quaderni, ecc. - che viene composto e personalizzato dal cartolaio. In funzione delle diverse esigenze, il kit si declina in tre varianti per gli studenti di elementari, medie e superiori, invariabilmente al vantaggioso prezzo al pubblico di 25 euro, Iva inclusa, a fronte di un costo per il cartolaio che non va oltre i 16 euro. Naturalmente Scuola-Kit contiene solo prodotti di qualità, di norma non griffati e privi della riproduzione di personaggi, garantiti dal marchio di qualità della Federazione Nazionale Cartolai.

COINVOLTI TUTTI I SOGGETTI DELLA FILIERA

Base di partenza per rendere operativo il progetto Scuola-Kit è la registrazione al portale www.cartoleriaitalia.it: al suo interno, sono presenti due aree riservate - fornitori e distributori, rivenditori al pubblico - acce-

noscere i prodotti che distribuiscono e offrire ai dettaglianti l'opportunità di stampare, direttamente dal sito, locandine e volantini promozionali personalizzati. Per i dettaglianti, infine, il portale è utile per individuare i prodotti che compongono lo Scuola-Kit effettuando una ricerca per classi o per singoli prodotti, ma anche per fare attività di promozione presso i propri clienti, invitandoli a registrarsi gratuitamente per ricevere le newsletter di future iniziative.

COMUNICAZIONE MULTIMEDIA

Per dare il massimo della risonanza al progetto Scuola-Kit è stata progettata un'attività di comunicazione combinata che affianca alla campagna pubblicitaria tradizionale veicolata da quotidiani, periodici, radio e tv; una promozione più innovativa tramite attività di web marketing. In quest'ultimo caso, alla diffusione di e-mail e newsletter si aggiunge la navigazione online facilitata dalla presenza di un network di portali tematici molto visibili e facili da individuare attraverso i più comuni motori di ricerca.

UN'ALTERNATIVA POPOLARE ALLE GRIFFE

Presente al tavolo dei relatori c'è l'onorevole Donatella Poselli - presidente dell'Unione Italiana Genitori - che prende la parola subito dopo Del Marro per ribadire l'incubita utilità sociale di un servizio come quello fornito dal progetto Scuola-Kit. Un'iniziativa che, proponendo i prodotti base utili agli scolari di elementari, medie inferiori e superiori a un prezzo popolare, sarà in grado di contrastare efficacemente le polemiche sui prezzi degli articoli scuola che normalmente accompagnano il rientro scolastico, facendo capire che c'è un'alternativa ai prodotti di marca pubblicizzati. Ma l'importanza di Scuola-Kit, secondo l'onorevole, risiede anche nel fatto che costituisce un modo per rivalutare il rapporto del consumatore con il rivenditore di quartiere, spesso svuotato del suo ruolo. E, mentre sottolinea la massima disponibilità e appoggio da parte dell'associazione nei confronti del progetto, chiude con una provocazione: l'auspicio che



Visitori coinvolti nello stand Esselte. Elemento d'attrazione: un workshop sulle plastificatrici.



dando alle quali ogni categoria può usufruire gratuitamente di una serie di servizi. I fornitori primari, per esempio, possono proporre ai rivenditori i prodotti da acquistare per formare l'assortimento Scuola-Kit da vendere nel negozio, segnalando anche dove approvvigionarsi; ma anche pubblicizzare i propri prodotti inseriti nello Scuola-Kit ai clienti internauti, elencando i punti vendita autorizzati alla distribuzione. I grossisti da parte loro possono interloquire con cartolerie e cartolibrerie facendo co-

Nella foto a sinistra, gruppo di bambini in posa davanti allo stand Micart.



presto ci sia uno Scuola-Kit destinato alla scuola materna, per comprovare l'esistenza di un'attenzione a tutti gli ordini scolastici. Il presidente della Federcartolai Ugo Margini fa eco a Donatella Poselli e insiste sul valore, in termini di ritorno di immagine, di un'iniziativa come quella di Scuola-Kit, utile nel battage contro il caro-scuola aperto ogni anno dai media nel mese di agosto. E che cade a sproposito, secondo Margini, visto che i prezzi dei prodotti scuola non aumentano da tre anni a questa parte. "Non è vero – conclude – che in cartoleria gli articoli sono più cari. È vero che sono più costosi quei prodotti in grado di offrire un valore aggiunto più alto. Ma esistono alternative valide e più economiche" J.C.B.

English TEXT

The School-Kit project by Federcartolai

What is the School-Kit project exactly? The initiative consists of selling a basic personalized school kit assortment (school bag, diary, a fully-accessorized pencil case, exercise books, etc.) made up by the stationers participating in the project. The kit features three versions respectively for primary schools, secondary schools and senior secondary schools, and they are all available at the attractive retail price of 25 Euros. ScuolaKit offers of course quality non-branded



Nella foto in alto, workshop sulle attività creative.

Nella foto piccola qui sopra, passaggio davanti allo stand della società Niji.

products only. The Scuola-Kit project was successfully tested last year in Rome and Milan. This year Federcartolai is introducing the project on a national level with the aim of proving to the consumers and the mass media alike that shopping at the stationer is actually good value for money, next to attractive branded products.



In tema di "franchising in cartoleria", esempio di