

ATTIRARE I MILLENNIALS: COMPOSAD CERCA NUOVE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

VIADANA Quattro mesi di lavoro e 31 studenti per proporre nuove strategie di comunicazione e marketing per raccontare il rapporto fra i Millennials e Compositad, azienda italiana di riferimento nel settore del mobile in kit parte del Gruppo Saviola. Un'indagine ampliata anche a livello internazionale, studiando i trend di Germania, Francia, Polonia e Usa.

«Il Gruppo sta lavorando anche nella prospettiva di dare nuovo impulso alle strategie di comunicazione e di marketing che sono fondamentali per far conoscere i nostri prodotti - spiega il presidente del Gruppo, **Alessandro Saviola** -. La generazione, nata nell'epoca della comunicazione digital e dei social, ci può aiutare nella logica di veicolare

messaggi importanti che vanno nella direzione di promuovere l'economia circolare, la sostenibilità e l'ecologia che sono temi cari proprio ai ragazzi».

L'iniziativa, partita a giugno si è conclusa con la discussione finale della tesi il 30 ottobre, che ha visto protagonisti proprio l'azienda mantovana e l'Istituto Europeo di Design.

