



Marketing Oggi



IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Il nuovo modello Elettrica disponibile su prenotazione. Sarà nei concessionari a novembre

La Vespa ora si compra online Obiettivo Stati Uniti e mercati asiatici entro il 2019

DI FRANCESCA SOTTILARO

Come accade per i biglietti dei concerti, le automobili (da Tesla alle berline di lusso) o i prodotti premium, Piaggio sceglie per la Vespa nell'ultimissimo modello «Elettrica», una modalità di prevendita via web. Da ieri è infatti attiva l'opzione di booking online e relativa campagna di comunicazione: si prenota (con consegna a novembre) sul sito www.vespa.com o dall'interfaccia dedicata <https://elettrica.vespa.com> dove una città immaginaria illumina lo scooter di ultima generazione.

«La mobilità elettrica non sarà più la stessa», recita la piattaforma web parlando di Vespa come «un'opera d'arte con un cuore altamente tecnologico».

Online è possibile assicurarsi il privilegio di essere uno dei primi possessori



La piattaforma per l'acquisto online di Vespa Elettrica. A sinistra, un dettaglio del nuovo scooter ricaricabile



della versione green dello scooter. È richiesto un acconto (600 euro sui 6.390 totali) e il resto si paga offline alla consegna presso il concessionario indicato. «Vespa Elettrica nasce come icona contemporanea della tecnologia italiana nel mondo», dicono da Pontedera,

«è sinonimo di connettività avanzata e silenziosità, personalizzazione e accessibilità, rispetto dell'ambiente e unicità di stile, valori che sono sempre appartenuti al brand confermando Vespa un marchio avanti rispetto al proprio segmento».

La commercializzazione dello scooter presso la rete dei concessionari sarà in concomitanza col salone di Milano Eicma 2018 (dal 6 all'11 novembre a Rho Fiera). La distribuzione riguarderà dapprima i mercati eu-

ropei, per poi essere estesa a Stati Uniti e Asia dall'inizio del 2019.

Il prezzo è trasparente: in tutti i principali paesi dell'area euro costerà 6.390 euro e, in alternativa, si potrà optare per una soluzione di acquisto rateizzata (a 99 euro). Oltre agli accessori Vespa Elettrica offre infatti nuovi servizi: integrando un anticipo è possibile includere il pacchetto Vespa Care, che comprende interventi di manutenzione programmata, l'estensione della garanzia

di ulteriori 12 mesi, il check periodico della batteria e la road assistance arricchita di servizi. «Questi pacchetti finanziari», spiega una nota, «sono stati studiati e creati da Piaggio Financial Services, la nuova piattaforma finanziaria sviluppata in linea con la vocazione del gruppo all'innovazione e le mutevoli esigenze dei clienti».

In particolare Vespa Elettrica è il primo veicolo del gruppo acquistabile con le soluzioni di Piaggio Financial Services. Dal 2019 i nuovi servizi finanziari saranno estesi a tutti gli altri veicoli di Pontedera: gli scooter del brand Piaggio, tutta la gamma Vespa, Moto Guzzi, Aprilia, Derbi, Gilera e i veicoli commerciali.

Vespa Elettrica offre prestazioni superiori a quelle di un tradizionale scooter 50 cavalli grazie a una Power Unit di 4 kW. Si presenta con una batteria che garantisce autonomia fino a 100 km e dispone di un sistema di recupero dell'energia (Kers) che ricarica la batteria nelle fasi di decelerazione. Il tempo di ricarica completa a una normale presa elettrica è invece di 4 ore.

—© Riproduzione riservata—

NEL DISTRETTO DEL LUSSO CAPITOLINO EVENTI E DEGUSTAZIONI DI VINI DEL COMITATO GRANDI CRU D'ITALIA

La Vendemmia torna a Roma dal 15 al 20 ottobre

DI GIANFRANCO FERRONI

Seconda edizione per La Vendemmia di Roma, in programma dal 15 al 20 ottobre. Ieri mattina l'organizzatore Andrea Amoruso Manzari ha presentato il ricco carnet di iniziative della manifestazione nata sul modello dell'omonimo format di via Montenapoleone a Milano, con l'obiettivo «di dare una sferzata al retail, ai negozi di piazza di Spagna, via Condotti, via Borgognona, largo Goldoni e piazza San Lorenzo in Lucina, che rappresentano il cuore dello shopping di lusso della capitale. L'idea è mettere in rete realtà di successo, ognuna con il suo appeal per serate magiche in cui i fortunati clienti invitati si immergeranno in un'esperienza a 360 gradi che potenzia e valorizza quella dello shopping in-store».

Dopo le 8 mila presenze dello scorso anno, La Vendemmia di Roma raddoppia gli appuntamenti esclusivi, all'insegna del «bigger & better»: giovedì 18

ottobre dalle 19.30 alle 22.30 le principali location del «distretto del lusso» romano ospiteranno cocktail party e degustazioni di vini del Comitato Grandi Cru d'Italia, riservati ai possessori di Vip Pass e ai clienti invitati dagli store aderenti. E nelle due giornate successive, servizi ad personam agli invitati dei brand partecipanti.

In collaborazione con La Vendemmia, l'Adsi, l'Associazione dimore storiche italiane che riunisce gli oltre 4.500 proprietari di immobili di interesse artistico e architettonico tra i più importanti d'Italia e vincolati come monumento nazionale, offrirà ai possessori del Vip Pass un'esperienza unica aprendo i palazzi più belli della capitale, di proprietà dei componenti del sodalizio, per delle visite private ed esclusive. Sarà un'occasione eccezionale per vedere queste gemme del passato che poche persone hanno la possibilità di visitare. Il servizio previsto è a pagamento e previa prenotazione. Tra gli eventi

speciali anche, una cena di gala placée presso La Lanterna, il 17 ottobre, e un luxury brand cocktail il 19 ottobre.

Tra le novità di questa edizione, una app ufficiale. In collaborazione con lo sponsor tecnologico Logica Informatica, Krt ha ideato e progettato un nuovo portale web e l'app per rendere l'esperienza degli invitati più dinamica e coinvolgente. In questo modo, sarà più facile per gli ospiti accedere alle informazioni relative agli sponsor, ai partecipanti e agli eventi in programma. I ristoranti stellati e della tradizione romana, più esclusivi del centro di Roma, abbinati a una cantina del Gran Cru, hanno ideato menu dedicati a La Vendemmia a prezzi predefiniti e fissi.

Durante la presentazione, avvenuta a piazza di Spagna nella sede di Global Blue Italia, luxury partner della manifestazione e punto di riferimento capitolino per il tax free shopping, sono arrivati plausi al progetto anche da parte

del presidente del primo municipio di Roma, Sabrina Alfonsi, che ha detto: «Sono contenta che quest'iniziativa si svolga, tra l'altro, contemporaneamente con la festa del cinema. Questa speciale Vendemmia lega i giorni della festa del cinema al comparto del lusso. Penso che noi amministratori romani dobbiamo lavorare sempre di più in sinergia con chi punta al turismo di qualità».

L'evento, targato Krt Italia, promosso insieme a Montenapoleone District e Associazione Via Condotti, vanta il patrocinio di Regione Lazio, Roma Capitale, Comitato Grandi Cru d'Italia, Adsi, Fondazione Italia Cina, e ha come sponsor Ds Automobiles, Avis Prestige (il servizio premium di Avis Autonoleggio, che permette di godere di un servizio su misura e poter guidare in esclusiva il modello desiderato come il nuovo SUV Ds 7 Crossback) e Logica Informatica.

—© Riproduzione riservata—