

# La Molitecnica Sud sempre più nel mondo digitale

La parola ai protagonisti che hanno guidato il rafforzamento nel web dell'azienda murgiana, eccellenza italiana nel settore della meccanica specializzata



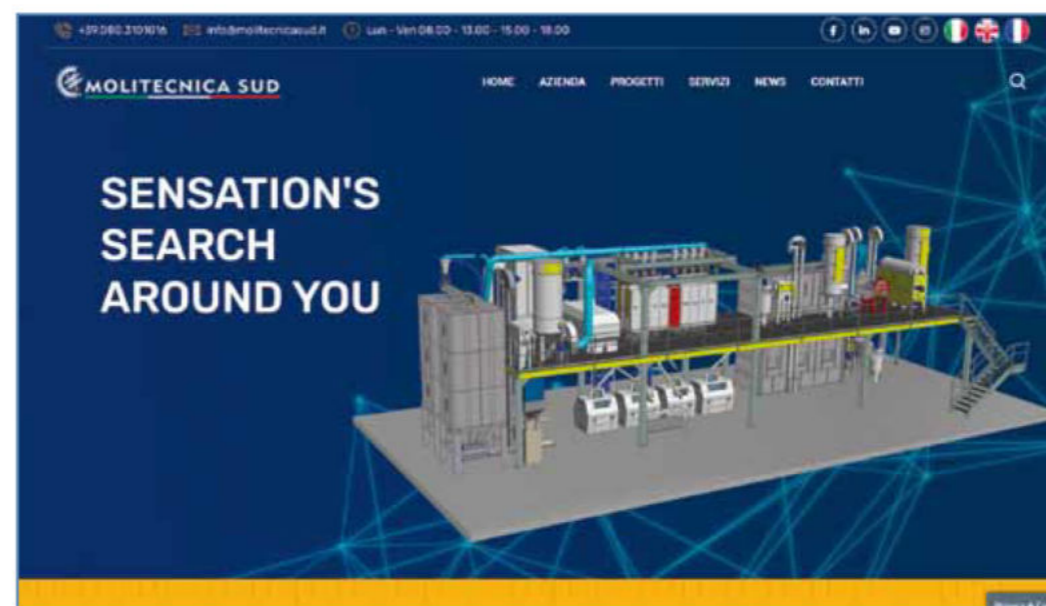
La Molitecnica Sud, avanti, più forti di prima! Nuovo sito internet, nuovo spot, una nuova immagine per l'azienda del Gruppo Pellicola. Azienda Made in Murgia, altamura doc, da oltre 50 anni sul mercato nazionale ed internazionale. La Molitecnica Sud si occupa della produzione di Impianti Molitori e Agroalimentari su misura, completamente Made in Italy. Innovazione tecnologica e progettazione all'avanguardia sono gli elementi che contraddistinguono le attività tipiche della produzione. In oltre 50 anni, l'azienda fondata dal Cav. **Giuseppe Pellicola**, oggi portata avanti dalla nuova generazione della famiglia, ha sviluppato un metodo di lavoro che ha fatto dell'innovazione la chiave di volta per sviluppare impianti

**100% Made in Italy**, caratterizzati da un alto livello di automazione. Qui di seguito le dichiarazioni dei protagonisti che stanno guidando il passaggio verso la nuova era digitale: «Noi di Molitecnica Sud siamo da sempre presenti sul web, in quanto abbiamo riconosciuto in internet delle grandi potenzialità. Negli ultimi anni, però, abbiamo rafforzato la nostra presenza nel mondo digitale, attraverso i canali di comunicazione quali i social network e il sito internet. Quando poi, circa un anno fa, la nostra azienda è stata certificata 100% Made in Italy dall'Istituto per la Tutela dei Produttori Italiani, abbiamo sentito la necessità di una vera e propria rivoluzione della comunicazione. Volevamo mettere in risalto i punti di forza dell'azienda come la nuova certificazione, ma abbi-

mo capito che c'era molto di più. Eravamo consapevoli di essere portavoce di importanti valori nel mondo, quali l'italianità, la sana alimentazione e la ricerca delle sensazioni. Abbiamo messo su una squadra di lavoro per diffondere i nostri valori nel modo giusto. Insieme al Dott. **Massimiliano Napoleone** abbiamo riorganizzato la comunicazione dell'azienda e il marketing strategico. Con l'aiuto di **Daniele Romeo** siamo riusciti a infondere la comunicazione nel nuovissimo sito web di Molitecnica Sud. Con **Nicola Dileo**, invece, abbiamo lavorato alla rappresentazione visiva, producendo un video intitolato "Sensations' Search Around You" (online su tutti i canali di Molitecnica Sud)».

**Giuseppe Pellicola**  
(Social Media Manager di Molitecnica Sud)

«Abbiamo rivisto il posizionamento della proposta commerciale perché siamo consapevoli che la sfida si gioca su uno scenario internazionale. Ci stiamo muovendo nella direzione di poter guardare non solo a quello che facevamo nel passato ma quello che potremo fare nell'imminente futuro. La Molitecnica, già azienda leader, si estenderà anche nel contesto internazionale. Dove, la stessa, occuperà - e su quello stiamo lavorando - una posizione importante. Dopo 50 anni, inevitabile il passaggio nel digitale, per ottenere risultati apprezzabili da noi, per primi, e dal mercato. Siamo consapevoli che la nuova offerta riguarderà sia la produzione, sia i servizi, pre e post-vendita. Molitecnica non solo come produttore di manufatti ma anche azienda



Giuseppe Pellicola



Massimiliano Napoleone



Daniele Romeo



Nicola Dileo

capace di offrire un portafoglio di servizi a clienti di tutto il mondo. La nostra Vision è, nello stesso tempo, quella di "Diffondere la Cultura Molitoria e Alimentare Italiana nel Mondo". Vogliamo che diventi tra i partner ideali della cultura molitoria italiana nel mondo. La nostra idea di business guarda e si radica sulle esigenze del cliente finale ed interpreta il mercato anche sul web, dove saremo presenti con un'offerta commerciale esclusiva».

**Massimiliano Napoleone**  
(Marketing Manager Molitecnica Sud)

«Il nuovo sito nasce da un concetto di base, ovvero quella di andare oltre la vendita del manufatto, bensì potenziare quella che è la capacità della Molitecnica di mettere in campo progettazione e consulenza su misura. Quando si vuole incrementare la produzione si presentano due strade, la prima è quella di dire, «non ho un impianto, fammelo tu». L'altra: «Ho già un impianto, ho bisogno di potenziarlo, migliorarlo». Quindi, Molitecnica diventa consulente capace di soddisfare le esigenze diverse

di ognuno. Nel sito c'è un'area progettazione, ricerca e sviluppo. Il fulcro è la diffusione, nel mondo, della conoscenza (know-how), un patrimonio che è intrinseco nella Molitecnica, ma inesperto. E noi stiamo cercando di farlo uscire fuori. C'è un'area progetti e un'area servizi. E non solo. Molitecnica è anche teleassistenza, capace, tramite le macchine collegate alla rete, di predire, diagnosticare l'usura delle macchine ed evitare che un'azienda si fermi all'improvviso e vada fuori linea, bloccando la produzione».

**Daniele Romeo**  
(Responsabile dello sviluppo del nuovo sito Molitecnica Sud)

«Per uscire fuori dai parametri classici e scontati, anziché fare uno spot banale abbiamo scelto di valorizzare tutto ciò che di buono esce dalle macchine prodotte della Molitecnica e che noi in Puglia (e non solo!) mangiamo. Nello spot parliamo del buongusto della cultura mediterranea. È uno spot emozionale. Immagini inedite. Dal biscotto, al pane, alla frisa, alle "tette delle suore" (dolce tipico pugliese).

Grazie al buon grano della nostra terra. Ripeto, un spot emozionale che mette insieme i sorrisi di due bambini, le stupende immagini della Cattedrale federiciana. Scene di come viviamo la tavola nella nostra splendida terra pugliese. Lo spot, in soli tre giorni, ha ottenuto quasi 13.000 visualizzazioni. Un ottimo risultato!».

**Nicola Dileo**  
(Fotografia D'autore) videomaker del nuovo spot Molitecnica Sud i protagonisti

«L'azienda Pellicola, sponsor del nostro giornale da oltre 10 anni, ha tutte le carte in regola per guidare un passaggio epocale, quasi d'obbligo, vero il mondo digitale. L'alta qualità e professionalità, unita all'esperienza pluriennale, nonché al consolidamento sul mercato, produrrà certamente, ulteriori risultati in termini di commesse e nuovi fatturati, in Italia e nel mondo».

**Michele Cannito**  
(La Nuova Murgia)

Si ringraziano tutti coloro che hanno partecipato con comparse e reso possibile lo spot della Molitecnica sud:

**Don Nunzio Falcichio** (direttore della fondazione MUDIMA); **Pino Brunetti** dell'Osteria il Postaccio; **Giovanni Calemma** (molino Calemma), **Francesca Barbieri** (pasticceria Monastero di Santa Chiara); **Nicola Tragni** (forno a Legna delle Cappellette), **Vito Gemmato** (pizzeria Free Time)

Nuovo sito [www.molitecnicasud.it](http://www.molitecnicasud.it)  
Nuovo spot <https://youtu.be/hZ-m0NDp4yc>