

**PALAZZO TORRIANI**

## **Oggi in scena marketing e innovazione**

Confermandosi come evento nazionale annuale di riferimento per gli operatori del marketing e della comunicazione, si terrà oggi, alle 15.30, a palazzo Torriani, la settima edizione di "marketing.innova" dal titolo "Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie di breve e medio periodo per il rilancio della crescita in Italia". L'evento è organizzato dal Gruppo regionale TP Associazione italiana pubblicitari professionisti e dalla Delegazione regionale Aism (Associazione italiana marketing del Fvg) ed è promosso dalla sezione marketing e comunicazione del Gruppo terziario avanzato di Confindustria Udine.

«L'obiettivo - spiegano i coordinatori dell'evento Tiziana Pittia e Giuseppe Carlini - è quello di fornire un quadro generale attendibile e di proporre tecniche praticabili per affrontare le situazioni che si presenteranno in Italia finalizzandole al rilancio socio economico globale».

I partecipanti potranno così aggiornarsi sulle nuove tecniche di *attacco* su settori e mercati per intercettare la ripresa e limitare gli effetti della depressione causata dalla disoccupazione e dalla propensione negativa ai consumi.

## **IL GAZZETTINO**

Venerdì 8 giugno 2012

### **Operatori di comunicazione e marketing oggi il convegno di Confindustria**

Il vicepresidente di Confindustria Udine Alberto Toffolutti aprirà questo pomeriggio a Palazzo Torriani la settima edizione di marketing.innova, evento nazionale annuale di riferimento per gli operatori del marketing e della comunicazione. L'incontro, dedicato al tema "Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie di breve e medio periodo per il rilancio della crescita in Italia", è stato organizzato dal Gruppo regionale TP e dalla delegazione regionale Aism del Fvg, sotto l'egida degli organi direttivi nazionali, e promosso dalla sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo terziario avanzato di Confindustria Udine.

**IL PICCOLO** VENERDÌ 8 GIUGNO 2012

**ECONOMIA**

## **Marketing e ripresa Strategie per il rilancio**

■ ■ Gli operatori del marketing si riuniscono oggi a Udine, a palazzo Torriani, per la 7.a edizione di "Marketing.innova" dal titolo "Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie per il rilancio della crescita in Italia".

# **Il Quotidiano**

del Friuli Venezia Giulia **UDINE**

**VENERDI 8 GIUGNO 2012**

## **PALAZZO TORRIANI** **Settima edizione di** **Marketing.innova**

► Si svolge oggi, nella sede di Confindustria Udine dalle 15.30 alle 18.30 la 7ª edizione di "Marketing.innova sul tema: "Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie di breve e medio periodo per il rilancio della crescita in Italia". Nell'ampio programma anche due testimonianze di Antonio Nonino e Cristina Luci.

CONFINDUSTRIA UDINE. La settima edizione di Marketing.innova

## Quali strade per la ripresa?

INTERESSANTE CONFRONTO FRA STUDIOSI E IMPRENDITORI

» «Sono tempi strani, in cui gli schemi e i ragionamenti ordinari non valgono più: tutto cambia, ed è incauto fare previsioni. È più intelligente descrivere scenari»: Flavio Pressacco, dell'Università di Udine, ha così aperto la sua articolata relazione nella settima edizione del convegno Marketing.Innova, organizzato dal Gruppo regionale Tp e dalla Delegazione regionale Aism del FVG, sotto l'egida degli Organi direttivnazionali, e promosso dalla sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine.

«In origine l'obiettivo dell'edizione di quest'anno era di approfondire la conoscenza di quali siano i mercati in grado di offrire ancora prospettive di crescita. Oggi come oggi - ha detto Giuseppe Carlini, consulente di direzione M.C. Management Consulting, delegato regionale Aism - è più im-



IL TAVOLO. Alcuni dei relatori

portante capire il futuro a breve termine del nostro manifatturiero».

Se il modello di "distretto" è alla base del successo friulano nel mondo, oggi presenta limiti, geografici e strutturali: «Vincente - ha dichiarato Pressacco - è il passaggio alla filiera, quella lunga dell'export».

Alberto Toffolutti, vicepresidente di Confindustria Udine, ha poi sottoli-

neato come «ciò di cui l'industria ha bisogno è noto da tempo. Sarebbe ora che chi ha ricevuto queste richieste si adoperasse per operare in maniera virtuosa», mentre Giovanni Claudio Magon, capogruppo del Terziario Avanzato di Confindustria Udine, ha auspicato «una ripresa non soltanto economica, ma anche sociale ed etica».

Il convegno si è concluso con le testimonianze di Antonio Nonino, presidente Amga, che ha individuato nei servizi energetici, nell'internazionalizzazione e nelle aggregazioni territoriali, il tridente strategico per vincere la sfida globale, e di Riccardo Snidar, che in rappresentanza del Gruppo Luci ha spiegato come «più aziende, e non una unica», sia la soluzione ideale per trovare le giuste sinergie.

Lodovica Bullan

**CONFINDUSTRIA-UD.** L'evento si è svolto ieri a Palazzo Torriani

## Il marketing, tra manifatturiero e terziario

**PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE**

► Si è svolto ieri pomeriggio a Palazzo Torriani, sede di Confindustria Udine, la settima edizione di "marketing.innova", l'incontro dedicato al tema "Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie di breve e medio periodo per il rilancio della crescita in Italia. Il vicepresidente di Confindustria Udine è intervenuto all'evento dichiarando: «Ciò di cui l'industria ha bisogno è noto da tempo. Sarebbe dunque ora che chi ha ricevuto queste richieste non continuasse a ripeterci 'fateci richieste', ma si adoperasse finalmente per operare in maniera virtuosa». Dopo due interventi introduttivi (da parte di Francesco Granbassi e Giovanni Claudio Magon), il convegno è entrato nel vivo con la relazione di Flavio Pressacco, ordinario di matematica finanziaria dell'Università di Udine: «Il passaggio dal modello



**MARKETING.INNOVA**

di distretto industriale tipico del nord-est alla filiera e vincente, così come lo è chi riesce a inserirsi nella filiera lunga dell'export e chi presidia il settore dei beni strumentali (e non dei beni di consumo).

Anche i distretti devono convertirsi alla produzione di beni strumentali».

Il convegno si è poi sviluppato con due testimonianze imprenditoriali:

la prima di Antonio Nonino, presidente AMGA (le tre strategie adottate per vincere la sfida); la seconda di Riccardo Snidar, AD Labiotest e LOD in rappresentanza del Gruppo Luci (il vantaggio aziendale di avere più aziende strutturate orientate al mercato).

Marketing.innova si è conclusa con i contributi sulle tecniche innovative di marketing e di comunicazione.

Tiziana Pittia (Espressione srl): «Il futuro è di chi è in crisi e si mette in movimento per uscirne». Nicola Bruno (Site by Site srl): «Sul web è necessario avere ben chiari gli obiettivi da raggiungere». Luca Enzo Guastini (presidente del consiglio nazionale TP): «Gli strumenti comunicativi del mondo reale e del web sono ormai integrati tra di loro».