

PREMESSA

Lo scenario italiano, truardato nel contesto europeo e dell'area MENA (Medio Oriente e Nord Africa), all'interno del quale si celebrerà la 9ª edizione di **marketing.innova** può essere a grandi linee definito:

A livello culturale stiamo assistendo:

- alla radicalizzazione dello **scontro** tra la cultura conservatrice che persiste in Europa e nei paesi dell'Area MENA e le istanze giovanili e progressiste tese al cambiamento;
- alla **radicalizzazione della contrapposizione** tra fazioni religiose e tra le culture islamiche e cristiane.

A livello sociale stiamo assistendo:

- alle **tensioni** in Europa e in Italia per la **perdita generalizzata di posti di lavoro** aggravata dalla mancanza di opportunità per i giovani che si affacciano sul mercato del lavoro;
- alle **agitazioni**, ai **disordini** e alle **guerre civili e tra popoli, soprattutto in Medio Oriente**, provocate dall'**instabilità politica** e da quella **economica** conseguenti alle "rivoluzioni" successive alla primavera araba, alle misure restrittive dettate dalla Troika ai Paesi Europei, al conflitto Israeliano - Palestinese e allo scontro tra Russia e Occidente sul controllo del territorio ucraino.

A livello economico stiamo assistendo:

- all'evoluzione della fase di "**recessione tecnica**" che con l' "**inflazione reale**" tendente ancora alla "**deflazione a macchia di leopardo**" per il perdurare del mancato rilancio dei consumi, ci sta vedendo passare dalla **stagflazione della 3ª Grande Depressione**, al perdurare di una situazione che alcuni definiscono come la continuazione della **3ª guerra mondiale**;
- alla **perdurante speculazione** dei mercati delle commodities e di quelli finanziari nei riguardi di tutti i paesi europei e medio orientali con intensità diverse a seconda dei consumi globali;
- al consolidarsi del processo verso la **3ª Rivoluzione Industriale** con tutti i costi e benefici.

IN SINTESI: **inadeguatezza generalizzata dei tassi di crescita con forti tensioni sociali e guerre locali** come caratteristiche a breve del teatro del Mediterraneo, dell'Europa Orientale, del Medio Oriente e dell'Asia medio orientale.

PER L'ITALIA: **una inversione della tendenza recessiva è in atto con piccoli tassi variabili da fine 2013: permane l'incertezza e la relativa instabilità sulla evoluzione futura.**

PER INFORMAZIONI E REGISTRAZIONI

CONFINDUSTRIA UDINE

Palazzo Torriani, Largo Carlo Melzi 2, 33100 UDINE
tel. 0432 276228 / fax 0432 276225
innovazione@confindustria.ud.it
www.confindustria.ud.it

AIMS

Associazione Italiana Marketing
tel. /fax. 02 86329
info@aism.org / www.aism.org
Delegazione AISM Friuli Venezia Giulia
tel/fax. 0432 507291
delegazione.fvg@aism.org

TP

Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti
tel. 02 655841 / fax 02 48578250
segreteria@associazione-tp.it / www.associazione-tp.it



pubblicitari professionisti



CONFINDUSTRIA UDINE



Seguici su Facebook

<https://www.facebook.com/marketing.innovafvg>

Concept: DYN ART pm

IX EDIZIONE
marketing.innova



RICRESCITA!
COME PROMUOVERE
LO SVILUPPO
INTERNO

CAVALCANDO LE
OPPORTUNITA'
DI RIPRESA INTERNAZIONALE
ED EVITANDO I FENOMENI RECESSIVI



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
MARKETING



pubblicitari professionisti



CONFINDUSTRIA UDINE

16 OTTOBRE 2014 // 15.30 - 19.00
CONFINDUSTRIA UDINE
PALAZZO TORRIANI, LARGO CARLO MELZI, 2 - UDINE

IX EDIZIONE
marketing.innova

OBIETTIVO

Fornire un quadro economico generale attendibile e proporre risposte tecniche praticabili per affrontare le situazioni che si presenteranno in Italia con l'obiettivo di promuovere **rilancio socio economico**.

I PARTECIPANTI POTRANNO:

1. 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.
2. confrontarsi sulle strategie per promuovere e cavalcare la ripresa fuggendo dalle sacche recessive.

16 OTTOBRE 2014 // 15.30 - 19.00
CONFINDUSTRIA UDINE
PALAZZO TORRIANI, LARGO CARLO MELZI, 2 - UDINE

Evento organizzato dal Gruppo regionale TP e dalla Delegazione regionale AISM del FVG, sotto l'egida degli Organi Direttivi nazionali, promosso dalla Sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo Terziario Avanzato di CONFINDUSTRIA UDINE.

PRESENTANO

Giuseppe Carlini

Delegato Regionale AISM

Francesco Granbassi

Coordinatore Regionale TP

Giovanni Claudio Magon

Capogruppo Terziario Avanzato CONFINDUSTRIA UDINE

INTRODUCE

Matteo Tonon

Presidente CONFINDUSTRIA UDINE

RELAZIONE INTRODUTTIVA

COME REALIZZARE E SVILUPPARE UNA REALTÀ AZIENDALE DI SUCCESSO

Andrea Cornelli

CEO Ketchum Italia - Presidente ASSOREL

TESTIMONIANZE DI SFIDE IMPRENDITORIALI INNOVATIVE

INNOVAZIONE DI PRODOTTO NEL SETTORE EDILE

Andrea Zampa

Titolare Fibre Net

INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI SERVIZIO

Emilio Giacobbi

Titolare Ottica E. Giacobbi,
AD Consorzio Ottico Italiano - GRUPPO GREENVISION

CONTRIBUTI SULLE TECNICHE INNOVATIVE DI MARKETING E DI COMUNICAZIONE

IL TERRITORIO IN UN CONTESTO DI MARKETING LIQUIDO

Fabrizio Bellavista

Partner Istituto di Ricerca Emotional Marketing

LE OPPORTUNITÀ DIGITALI: "ICT SOLUTIONS FOR DEPLOYMENT"

Roberto Collavizza

responsabile Business NordEst di Telecom Italia,
Capogruppo Informatica e Telecomunicazioni Confindustria UD

ADV CIVILE CHE NASCE DAL BASSO: LA NUOVA COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE DEL TERZO MILLENNIO

Pasquale Diaferia

Creative Chairman SPECIAL TEAM
Vicepresidente TP con delega Comunicazione
Pubblicitaria Istituzionale e Rapporti sul Territorio

DIBATTITO TRA I RELATORI E I PARTECIPANTI

COORDINAMENTO A CURA DI:

Tiziana Pitta

Amministratore Espressione S.r.l.
Vice Presidente Vicario TP

Giuseppe Carlini

Consulente di Direzione M.C. Management Consulting
Socio Professionista AISM e TP

