



Federella Assicurazioni Broker srl

Lloyd's London Correspondent

Via San Daniele, 52 - 33100 Udine

Tel +39 0432 471350 Fax +39 0432 479303

mail.assfederella@libero.it www.assfederella.it

DIMENSIONE

economica finanziaria assicurativa
supplemento on-line

Periodico nazionale di informazione economica Registrazione del Tribunale di Udine n. 516 del 11/11/81

Via San Daniele, 66 - 33100 Udine - Friuli V. G. - Telefono 334 2672393 - **Direttore Responsabile: Giuseppe Federella**

[Links utili](#)

NEWS

Edizione Giugno 2012



[Storia della Letteratura Italiana](#)

[News dal mondo assicurativo](#)

[I principali rami assicurativi](#)



[Regione Friuli Venezia Giulia](#)

[News finanziarie](#)

[Country List del forfaiting](#)

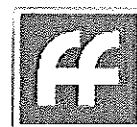


[Comunità Europea](#)



LA SETTIMANA EDIZIONE DI MARKETING.INNOVA

"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". E' quanto ha sottolineato Alberto Toffolutti, alla settima edizione di marketing.innova. L'incontro, dedicato al tema di come "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. "Sette edizioni ed un panel tecnico così qualificato sono la conferma - ha aggiunto Tofolutti - di un'iniziativa diventata oramai punto di riferimento non solo per gli operatori del marketing e della comunicazione". "In origine l'obiettivo dell'edizione di quest'anno era quello di approfondire la conoscenza di quali siano i mercati in grado di offrire ancora prospettive di crescita. Oggi come oggi, invece, penso - spiega a margine Giuseppe Carlini, Consulente di Direzione M.C. Management Consulting e Delegato Regionale AISM e membro Collegio Probiviri nazionale TP - che sia più importante capire quale futuro a breve termine si profili per il manifatturiero e il terziario e, di conseguenza, anche per il marketing la cui funzione rimane centrale nelle strategie d'impresa".

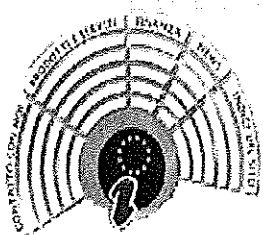


FRIULFINANCE

CENTRO PER LA DIFFUSIONE DEI PRODOTTI FINANZIARI CONSOLIDATI

ASSICURAZIONI & FINANZA

RELAZIONE CON IL MERCATO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE



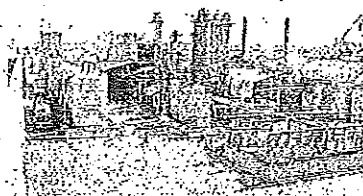
Convenzione territoriale R.C. Auto e polizze della famiglia

Convenzione territoriale progetto Salute Associati

MARKETING E INNOVAZIONE

Prima strategia? Il web

«C'è un cambio di paradigma nel funzionamento del mondo ed è necessario che anche il Nordest attui un cambiamento radicale». Ha parlato in modo molto diretto il prof. Flavio Pressacco, ordinario di matematica finanziaria dell'Università di Udine, nel suo intervento in occasione di Marketing.innova. È questo l'appuntamento annuale per gli operatori del marketing e della comunicazione giunto ormai alla



sua settima edizione, svoltosi venerdì 8 giugno a palazzo Torriani e dedicato quest'anno a come «Promuovere la ripresa economica e sociale - Le strategie di

breve e medio periodo per il rilancio della crescita in Italia». Il convegno è entrato nel vivo proprio con la relazione di Pressacco che ha evidenziato come oggi la componente della vicinanza territoriale del sistema produttivo manifatturiero sia stata superata e la globalizzazione imponga di operare a livello di filiera anche molto lontano da casa. «Il cambio di paradigma costringe anzitutto a passare dal distretto alla filiera - ha affermato Pressacco -. Certo il distretto è stato un'esperienza straordinaria che ha fatto conoscere il Nordest in tutto il mondo, ma è un modello di sviluppo industriale che non può più funzionare. E poi bisogna cambiare passo, presidiando il settore dei beni strumentali, che è più facile da esportare, anziché il settore del prodotto, e continuare a puntare a quello dei servizi». Il convegno è proseguito con due positive testimonianze imprenditoriali: la prima a cura di Antonio Nonino, presidente dell'Amga; la seconda di Riccardo Snidar, amministratore delegato di Labiotest e Lod in rappresentanza del Gruppo Luci. Nell'ultima parte dell'evento, invece, sono intervenuti alcuni professionisti del marketing e della comunicazione. Attraverso la presentazione di interessanti case history, Nicola Bruno, Seo manager Site by Site srl, ha rimarcato l'importanza strategica del web e la pervasività dei social media come nuovi strumenti di comunicazione, mentre Luca Enzo Guastini, strategic e creative planner di The Ring Srl e presidente del consiglio nazionale TP, ha sottolineato quanto la sinergia dei mezzi online e offline sia indispensabile nell'elaborazione di una strategia di comunicazione efficace. In chiusura Cristina Fonza, consulente di Next.ex, è intervenuta sul tema della consulenza internazionale di marketing e comunicazione in periodo di crisi strutturale. «È impensabile credere che le aziende possano sopravvivere semplicemente rivolgendosi ai mercati più vicini e più comodi. Le imprese devono aprirsi al mercato globale perché la competizione è globale».

SILVIA MARCONI