

Anche la sesta edizione di **marketing.innova**, l'appuntamento nazionale del "marketing strategico e operativo" tenutosi per la terza volta in Confindustria Udine, ha dimostrato che eventi progettati e preparati con professionalità per focalizzare le tendenze sociali ed economiche dei mercati globali ottengono sempre un adeguato successo. Molto equilibrato il panel dei relatori istituzionali, imprenditori e professionals senza alti e bassi e con molta concretezza e aderenza al tema e alla situazione. "Non esiste un modello precostituito di un'azienda che funziona. Ci sono imprese che vanno bene e ci sono imprese che vanno male anche nello stesso settore. Ogni realtà industriale ha una sua storia e un suo percorso, ma nessuno, e non solo all'interno delle aziende, può più prescindere da efficienza, qualità e innovazione. Questo è l'ambito in cui si inserisce il marketing che rappresenta sicuramente uno dei fattori che possono dare una marcia competitiva in più" qualsiasi sia la situazione del mercato.



Così Adriano Luci, presidente di Confindustria Udine, ha introdotto venerdì 24 giugno a Palazzo Torriani l'evento dedicato questo anno al tema de "La variabilità come paradigma socio-economico globale", organizzato dal Gruppo regionale TP (Pubblicitari Professionisti) e dalla Delegazione regionale AISM (Associazione Italiana Marketing) del Fvg, sotto l'egida degli Organi Direttivi nazionali e promosso dalla sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine. Dopo le presentazioni

istituzionali di Leonardo Ligresti Tenerelli, vice delegato regionale AISM, Francesco Granbassi, coordinatore regionale TP e Giovanni Claudio Magon, capogruppo del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine, i lavori sono entrati nel vivo con la relazione di Luigi Perissich, direttore generale di Confindustria Sit, che ha evidenziato il ruolo fondamentale del terziario innovativo e tecnologico a sostegno della competitività delle aziende: "E' necessario consolidare sempre di più l'alleanza tra il manifatturiero e i servizi innovativi tecnologici - ha spiegato Perissich - sempre più aziende traggono successo da questa partnership, trovando rinnovata grandezza e competitività grazie all'efficienza fornita dai servizi innovativi". Il direttore generale di Padovafiore Paolo Coin ha in seguito presentato la potenza e l'incisività del Gruppo GL events nel panorama degli Eventi e fieristico mondiale e l'imprescindibile attualità per le aziende di una comunicazione adeguata anche nell'ambito delle manifestazioni fieristiche: "C'è un'esaasperata necessità di comunicare e fare emergere la propria identità attraverso il marketing; le fiere sono un "distretto temporaneo" dove le aziende possono giocare un ruolo di primo piano se riescono a fare sistema, se creano competenze professionali specifiche, se investono su infrastrutture tecnologiche prima che sul mattone".

Un giusto mix tra manifatturiero e terziario coordinato da Giuseppe Carlini della M.C. management consultino, co-fondatore dell'evento: "I partecipanti - ha osservato Carlini - hanno potuto aggiornarsi sulle nuove tecniche di attacco su settori e mercati in uno scenario internazionale in costante e rapido cambiamento, intercettando settori di ripresa, limitando gli effetti della depressione causata dalla disoccupazione, impostando le strategie per promuovere e cavalcare la ripresa fuggendo dalle sacche recessive e contrastando la stagflazione sempre in agguato". Presenti all'incontro anche numerosi addetti ai lavori e due eccellenze imprenditoriali in controtendenza rispetto agli andamenti del mercato, illustrate da Giovanni Cadamuro, di Autostar spa di Tavagnacco, e Piero Petrucco, della I.C.O.P. di Basiliano: "La crisi ci ha insegnato a investire meglio, non meno - ha detto Cadamuro -; a giocare in attacco, non in difesa, ad avere coraggio, non ad aspettare; in questo il web è fondamentale, Autostar ha investito molto nella comunicazione con il cliente con metodi innovativi e caratterizzanti"; "I.C.O.P. è un'impresa di

costruzioni familiare che pur in un periodo complicato è passata dal mercato regionale e nazionale a quello internazionale, senza cambiare le dimensioni dell'organico - ha spiegato Petrucco -; è anche un'azienda multiforme, complessa e interculturale, e ciò ha consentito una chiave di lettura del complicato contesto globale, ponendoci in grado di affrontare anche il mercato estero". Di fatto un brillante esempio di marketing interno realizzato per affrontare e risolvere con flessibilità e armonia le problematiche multiculturali aziendali e superare quelle ambientali.

Il blocco finale dell'evento riguardava la presentazione di tecniche innovative di marketing e di comunicazione ed è stato coordinato da Tiziana Pittia di Espressione co-fondatrice di marketing.innova. Nicola De Pisapia, Neuroscienziato dell'Università di Trento, ha rappresentato l'evoluzione, grazie ai nuovi strumenti di indagine diagnostica sul cervello, del neuromarketing la tecnica che studia il consumatore - considerando l'insieme delle forme interpretative della realtà che egli mette in atto che si basano sull'esperienza, sui propri schemi cognitivi e sulle emozioni - utilizzando metodologie e tecniche per comprendere la natura delle risposte cognitive - emozionali e migliorare la qualità dei prodotti, dei servizi e della comunicazione agendo sulla sollecitazione strategica di tutti e cinque i sensi del consumatore. Stefano Saladino direttore generale Digital Experience Festival, ha mirabilmente sintetizzato i contributi precedenti contestualizzandoli nelle nuove applicazioni e strumenti del mondo digitale che si sta affermando sempre di più come ambito strategico di comunicazione interattiva e proattiva. Mauro Miglioranzi Direttore creativo di Co'ee Italia ha presentato un case history con una campagna pubblicitaria sociale che, utilizzando la gamma dei media classici e del web, ha colpito il target di riferimento in profondità con costi ed efficacia adeguati al regime oggetto del tema dell'Evento.



In conclusione l'evento si è chiuso con il successo che ha premiato l'auspicio del Presidente Luci per la realizzazione della VII^ edizione 2012.

Giuseppe Carlini da una cronaca di Ludovica Bulian