

Ora ci serve un grande piano di marketing

L'accordo sul Recovery Fund apre le porte a uno scenario impensabile fino a poche settimane fa: la possibilità di riprogettare il sistema-Paese. Per farlo occorre un piano di marketing senza precedenti.

Milano, 22 luglio 2020

In seguito all'accordo sul Recovery Fund che vede l'Italia destinataria del 28% dei 750 miliardi di euro stanziati dal vertice europeo più lungo della storia, l'Associazione Italiana Sviluppo Marketing vuole sottolineare l'urgenza di un grande piano di marketing che veda protagonista l'intero sistema-Paese.

L'obiettivo non è promuovere l'Italia dal punto di vista turistico o su singoli aspetti delle sue molteplici peculiarità, dalla qualità dei prodotti alimentari alla moda. Il tempo delle azioni settoriali è finito e i 209 miliardi di euro previsti dal Recovery Fund per il nostro Paese esigono un piano di marketing capace di mettere insieme tutti i tasselli che compongono quell'*italianità* di cui dobbiamo essere orgogliosi testimoni e capaci progettisti per il futuro.

Il marketing nasce per dare risposte alle esigenze delle persone e le esigenze che oggi abbiamo si possono identificare in una progettualità capace di trasformare e rendere adeguate ai tempi queste macroaree:

- infrastrutture;
- istruzione;
- produzione;
- Pubblica Amministrazione;
- ricerca;
- sanità.

Ognuna di esse rappresenta un tassello essenziale di un puzzle che deve essere visto nel suo insieme e che costituisce il sistema-Italia. Un grande piano di marketing sistemico potrebbe dare agli italiani e al mondo intero una nuova consapevolezza di ciò che il nostro Paese rappresenta e potrà rappresentare ancor più nei prossimi anni.

"Siamo a un bivio: cogliere la possibilità di progettare un futuro all'altezza del nostro passato, oppure continuare a scivolare ai margini della scena mondiale, come sta accadendo ormai da alcuni decenni", dichiara il Presidente dell'AIMS, Massimo Giordani, che prosegue sostenendo: *"Viviamo nella società dell'informazione ma siamo ultimi nella classifica europea delle competenze digitali, il valore della conoscenza ha superato quello dei beni tangibili ma siamo il paese che investe meno in ricerca e sviluppo... occorre voltare pagina e abbiamo l'occasione per farlo, non perdiamola!"*.

Ora, la sfida è sui tempi di realizzazione dei piani di ripresa e della loro attuazione. Occorre una forte coesione del tessuto sociale in tutte le sue componenti. AISM mette a disposizione le sue competenze per portare un contributo concreto a questa nuova fase di sviluppo che, per avere successo, non può fare a meno di un piano di marketing senza precedenti.

#RecoveryFund #sviluppo #investimenti #marketing

AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing

Via Leon Battista Alberti, 5

20149 Milano

Tel. +39 324 0735049

www.aism.org

info@aism.org