

marketing.innova 2013: la ricostruzione possibile

“Ci portiamo sulle spalle lo zaino sempre più pesante di un paese arrugginito, con una macchina amministrativa che costa sempre di più ed è sempre meno efficiente.

Né la finanza creativa è stata una risposta valida e duratura nel tempo. E' invece il manifatturiero a creare valore aggiunto e lavoro. Poniamo però le basi perché le nostre imprese possano lavorare e siano competitive. Serve anche coerenza di comportamenti. C'è la necessità di un forte recupero a tutto campo di responsabilità ed etica. La sfida non ci deve spaventare. Dobbiamo continuare a credere in quello che facciamo”.

E' quanto ha sottolineato Adriano Luci, presidente di Confindustria Udine, intervenendo giovedì 13 giugno a palazzo Torriani alla ottava edizione di marketing.innova. “Un'iniziativa meritevole – ha sottolineato Luci – perché contribuisce a creare una cultura sulle tecniche di marketing che diventano una leva sempre più importante a disposizione delle imprese specie in questi momenti difficili. E' risaputo che siamo bravi a fare i prodotti, meno a comunicare quello che sappiamo fare. Le tecniche innovative del marketing ci possono offrire un aiuto concreto a relazionarci nel modo corretto sul mercato nazionale e straniero”. L'incontro, dedicato al tema di come “Ricostruire per uscire dalla decrescita: come cogliere e interpretare i segnali dei mercati e realizzare strategie sostenibili”, 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. “L'obiettivo dell'incontro – spiegano i coordinatori dell'evento Tiziana Pittia, di Espressione srl e Vice-presidente vicario TP, e Giuseppe Carlini, Consulente di Direzione Aziendale e Delegato Regionale AISM e membro Collegio Probiviri nazionale TP – è quello di fornire un quadro generale attendibile sulla situazione socioeconomica nazionale nel contesto globale e proporre risposte tecniche praticabili. Tutto ciò sarà possibile offrendo ai partecipanti la possibilità di documentarsi su case history di successo, di aggiornarsi sulle nuove tecniche di attacco su settori e mercati e di confrontarsi sulle

strategie per promuovere e cavalcare la crescita fuggendo dalle sacche recessive”.

Dopo le presentazioni introduttive di Giuseppe Carlini, per l'AIMS e di Francesco Granbassi, coordinatore regionale TP, che hanno ricordato la funzione attualissima delle due Associazioni Professionali impegnate rispettivamente da 59 e 68 anni nella Qualificazione, Formazione e Aggiornamento di Risorse per le imprese e per le professioni, e di Giovanni Claudio Magon, capogruppo del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine, secondo cui “è importante riuscire a capire come le imprese possano uscire dalla crisi rinnovandosi e ricostruendosi”, il convegno è entrato nel vivo con tre testimonianze di sfide imprenditoriali innovative partite dal territorio friulano e sviluppatesi a livello internazionale. Franco Morgante, presidente di Eat Friuli srl, ha parlato di una esperienza vincente di aggregazione nel settore agroalimentare di qualità: “Nel 2010 è nata Eat Friuli per volontà di cinque imprenditori, tre dei quali concorrenti tra di loro. I risultati ci hanno dato ragione permettendoci di penetrare nei mercati stranieri in Europa e in Africa e riuscendo a strappare condizioni contrattuali favorevoli per quanto riguarda trasporti e imballaggi”. Franco di Fonzo, ceo Frag srl, ha evidenziato come “non solo nel comparto del mobili, innovazione di servizio e di prodotto siano sempre precedute da un desiderio interiore di cambiamento. Nelle aziende di famiglia la spinta all'innovazione viene dal confronto con i giovani. Il percorso inizia dalla ricerca di nuove frontiere di prodotto e ci si rende conto della necessità di ristrutturare anche il resto della struttura.

L'innovazione si annida nei capannoni incompiuti. L'innovazione e la crescita partono dall'“utilizzo intelligente” delle risorse consulenziali e dei designer intesi come “fattori di confronto e non solo come



Da sin. Giancarlo Granbassi, Giovanni Claudio Magon, Adriano Luci e Giuseppe Carlini (foto Fabbro)

delegati alla soluzione di una specifica problematica”.

Luigi Gregori, presidente cogito s.r.l., ceo Cloudweavers Ltd, si è invece soffermato sulle tecnologie ICT per nuovi modelli organizzativi aziendali. “L'innovazione richiede un cambio di paradigma all'interno del nostro modo di lavorare. Il cloud, la mobilità e i social network portano vantaggi alle aziende macro e micro mentre la media dimensione, che è quella che caratterizza il nostro Friuli industriale, è penalizzata sotto il profilo dei costi”.

Quindi è stata la volta di tre contributi sulle tecniche innovative di marketing e comunicazione pubblicitaria: Massimo Giordani, coordinatore dipartimento di marketing turistico e territoriale dell'Aism, ha parlato delle nuove frontiere del marketing territoriale portando significative analisi e paragoni tra i risultati raggiunti a livello internazionale e sullo stato e sulle prospettive delle nostre Organizzazioni partite in ritardo ma con concrete possibilità di sviluppo; Rodolfo Rotta Gentile, responsabile ricerca e sviluppo di Media Consultants si è soffermato sull'evoluzione della comunicazione nel mix dei media aprendo un mondo sconfinato di opportunità e possibilità di scelta dei veicoli e dei loro mix più efficaci mentre, da ultimo, Emanuele Nenna, founder & Managing director di Now Available è intervenuto sulla pubblicità che si re-inventa e torna a generare valore, una tesi fondamentale all'interno di un evento dedicato alla “ricostruzione” per uscire dalla crisi socio economica globale. E' seguito un serrato dibattito tra partecipanti e relatori moderato dai coordinatori Pittia e Carlini che, in conclusione dei lavori, ha annunciato la prossima edizione 2014 che si svolgerà nell'anno che vedrà, a suo parere, la fine della fase di decrescita per l'Italia.