

PREMESSA

Lo scenario italiano, trguardato 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**.

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 è stata denunciata 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: l'inversione della tendenza recessiva che si era manifestata da fine 2013 con piccoli tassi variabili positivi, avrà un 2014 altalenante e un 2015 con incrementi poco significativi; permane l'incertezza e la relativa instabilità sulla evoluzione futura.



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

Concept: DTV ART pm

IX EDIZIONE
marketing.innova



RICRESCITA!
COME PROMUOVERE
LO SVILUPPO
INTERNO
CAVALCANDO LE
OPPORTUNITA'
DI RIPRESA INTERNAZIONALE
ED EVITANDO I FENOMENI RECESSIVI



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 il **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

Massimiliano Zamò
Vice Presidente CONFINDUSTRIA UDINE
Presidente Gruppo Giovani Imprenditori CONFINDUSTRIA UDINE

RELAZIONE INTRODUTTIVA

**COME REALIZZARE E SVILUPPARE
UN'AZIENDA 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 Pittia
Amministratore Espressione S.r.l.
Vice Presidente Vicario TP

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

