



PREMESSA

Lo scenario italiano nel contesto europeo e nell'Area MENA (Medio Oriente e Nord Africa), in cui si celebrerà la settima edizione di **Marketing.Innova** può essere, a grandi linee, definito a 3 livelli.

A livello culturale stiamo assistendo:

- *allo scontro sempre più acceso tra la cultura conservatrice che persiste in Europa e nei paesi dell'Area MENA e le istanze giovanili e progressiste tese al cambiamento;*
- *alla rapida evoluzione della mentalità che porta al blocco dei consumi, alla rinuncia degli investimenti, all'arroccamento difensivo di matrice antisolidale.*

A livello sociale stiamo assistendo:

- *alle tensioni in Europa e in Italia per la perdita generalizzata (tranne che in Germania) di posti di lavoro aggravata dalla mancanza di opportunità per i giovani che si affacciano sul mercato;*
- *alle sempre maggiori agitazioni e ai disordini provocati dall'instabilità politica e da quella economica susseguenti le "rivoluzioni" della primavera araba, le misure restrittive/depressive dettate dalla "Troika" (FMI, BCE, UE) ai paesi europei a rischio default, PIGS (Portogallo, Irlanda, Italia, Grecia, Spagna), le fibrillazioni conseguenti il rallentamento economico dei BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica) e, in Italia in particolare, dalla combinazione tra le restrizioni del credito, i drastici provvedimenti di emergenza del governo tecnico e il crollo della leadership della 2ª repubblica.*

A livello economico e finanziario stiamo assistendo:

- *al consolidamento della fase di stagflazione a seguito del combinarsi tra "recessione tecnica" e "inflazione reale" con una crisi sempre più spietata, tanto dal punto di vista economico (è in atto per la prima volta nella storia dell'Ue una recessione sincronizzata) che finanziario (le Borse sono in rosso anche nel 2012 dopo i cali del 2010-2011, eccezion fatta per il listino di Francoforte);*
- *alla incontrastata 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 e delle probabilità stimate di rischio default sui debiti sovrani;*
- *al rischio di una nuova crisi finanziaria globale a seguito della ricostituzione della massa di derivati a livelli superiori di inizio crisi 2007.*

In sintesi: diminuzione generalizzata dei tassi di crescita con picchi recessivi e forti tensioni sociali come caratteristiche a breve del teatro del Mediterraneo, dell'Europa Centrale, del Medio Oriente e dell'Asia medio orientale.

PER INFORMAZIONI E REGISTRAZIONI

CONFINDUSTRIA UDINE

Palazzo Torriani, Largo Carlo Melzi 2, 33100 UDINE
tel. 0432 276228 / fax 0432 276225
innovazione@confindustria.ud.it
www.confindustria.ud.it

AIMS

Associazione Italiana Marketing

tel. 02 863293 / fax 02 72002889
info@aism.org / delegazione.fvg@aism.org
www.aism.org

TP

Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti

tel. 02 655841 / fax 02 48578250
segreteria@associazione-tp.it / www.associazione-tp.it



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



pubblicitari professionisti



CONFINDUSTRIA UDINE

Concept: DWART pn



VII EDIZIONE

marketing.innova

PROMUOVERE LA RIPRESA ECONOMICA E SOCIALE

LE STRATEGIE DI BREVE
E MEDIO PERIODO PER
IL RILANCIO DELLA
CRESCITA IN ITALIA



08 GIUGNO 2012 // 15.30 - 18.30
CONFINDUSTRIA UDINE
PALAZZO TORRIANI, LARGO CARLO MELZI, 2 - UDINE

OBIETTIVO

Fornire un quadro 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 globale**.
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 **crescita** fuggendo dalle sacche recessive e **contrastando la stagflazione**.

08 GIUGNO 2012 // 15.30 - 18.30
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 del Gruppo Terziario Avanzato

INTRODUCE

Adriano Luci
Presidente CONFINDUSTRIA UDINE

RELAZIONE INTRODUTTIVA

**I SETTORI ECONOMICI VINCENTI
NELLA SFIDA DELL'ECONOMIA GLOBALE**

Flavio Pressacco
Ordinario di Matematica Finanziaria,
Decano del Dipartimento di Economia e Statistica
Università di Udine.

TESTIMONIANZE DI SFIDE IMPRENDITORIALI PER VINCERE NEL MERCATO GLOBALE

Antonio Nonino
Presidente AMGA

Cristina Luci
Consigliere Delegato GESTECO

CONTRIBUTI SULLE TECNICHE INNOVATIVE DI MARKETING E DI COMUNICAZIONE

**IL MERCATO DEI MOTORI,
DIRECTORY E SOCIAL NETWORK**

Nicola Bruno
Seo Manager SITE BY SITE s.r.l.
Agenzia Web Marketing: Search Marketing, Social Media
Marketing, Web Performance

**LA CREATIVITÀ A FRONTE DELL'ESPANSIONE
DELLA MULTIMEDIALITÀ**

Luca Enzo Guastini
Strategic and creative planner - THE RING Srl,
Presidente Consiglio Nazionale TP

**LA CONSULENZA INTERNAZIONALE
DI MARKETING E COMUNICAZIONE
IN PERIODO DI CRISI STRUTTURALE**

Cristina Fonzar
NET.EX network expertise

COORDINAMENTO A CURA DI:

Tiziana Pittia
Amministratore ESPRESSIONE srl, Vice Presidente Vicario TP

Giuseppe Carlini
Consulente di Direzione M.C. MANAGEMENT CONSULTING,
Socio Professionista AISM e TP