

ECONOMIA

SABATO 26 GIUGNO 2010 • e-mail: economia@messaggeroveneto.it

UDINE. «La ripresa non è scontata; sarà un valore soltanto per coloro che sapranno conquistarsela. E chi sono questi soggetti? Sono quelle imprese che avranno la capacità di guardare oltre, di ascoltare i mercati e puntare a quello che sta cambiando o che è già molto cambiato, comprendendone rapidamente le nuove dinamiche economiche. Parlo di aziende flessibili, che sappiano cogliere l'attimo e che siano capaci di utilizzare al meglio gli strumenti e le tecniche adatte per interpretare il cambiamento. Bisogna però puntare sulle giuste leve, andando ad unire il "carpe diem marketing", che caratteriz-



Il presidente di Confindustria Friuli Venezia Giulia, Alessandro Calligaris

«Aziende flessibili per uscire dalla crisi»

Calligaris: la ripresa non è scontata. Ieri a Udine la V edizione di «marketing.innova»

za il piano dell'azione a brevissimo, con il "marketing dei fondamentali e della sostenibilità" che sviluppa invece strategie e piani di medio-lungo periodo».

E' quanto ha dichiarato Alessandro Calligaris, presidente di Confindustria Friuli Vg, aprendo ieri a palazzo Torriani la quinta edizione di «marketing.innova», promossa dalla Sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine

e organizzata dall'Associazione Italiana Marketing Aism e dall'Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti T.p.

Il convegno è ruotato attorno al tema della ripresa e della sua gestione per un futuro sostenibile. Dalla «Gestione della Crisi Socio Economica Globale» alla «Pianificazione del Futuro Sostenibile». Il marketing strategico ed operativo - ha spiegato il coordinatore dell'iniziativa, Giuseppe Carlini, senior partner

di Mc Management Consulting di Udine - sta fornendo alle imprese e alle organizzazioni gli strumenti per "trasformare" la cultura aziendale in leve per individuare e ascoltare i mercati, analizzare e distribuire le risposte compatibili, comunicare e promuovere i prodotti e i servizi di qualità. Dall'era della innovazione e dell'internazionalizzazione per la creazione di valore alla valorizzazione della responsabilità dell'intrapren-

dere per creare sviluppo sostenibile».

Tra i vari interventi, quello di Giovanni Soccodato vice president strategy Finmeccanica Group: «La creazione di valore non può prescindere da innovazione, competitività-profitabilità e internazionalizzazione. Ciò si traduce in impegno continuo ad investire, selezionando con cura le tecnologie; miglioramento del portafoglio prodotti e della profitabilità media degli ordini; completamento del processo di integrazione; sempre maggiore spazio all'esportazione; consolidamento delle partnership strutturali nei mercati ad elevato potenziale».