



COMUNICATO-STAMPA

In più di duecento alla Camera di Commercio per conoscere le ultime novità sul Marketing internazionale

Presentato anche il nuovo libro di Giorgio Marbach, Rettore dell'Universitas Mercatorum, l'università telematica camerale per giovani lavoratori

PARMA, 18 OTTOBRE 2010 – L'innovazione di prodotto nell'internazionalizzazione non basta più. Il tasso di successo, secondo le ultime statistiche, resta inferiore al 10% mentre le ricerche di marketing internazionale sono lo strumento sempre più funzionale alle aziende che vogliono approcciarsi ai mercati stranieri, in un mercato globale, in rapida evoluzione in cui reperire informazioni è sempre più complesso.

A questo proposito, da una ricerca di Eurisko emerge che il Nord del pianeta si serve sempre di più del “passa parola” come fonte d'informazione e sempre meno della pubblicità tradizionale, come invece continuano a fare i paesi dell'emisfero Sud.

Al Nord come al Sud, in ogni caso, la raccolta di informazioni e le ricerche di marketing sono uno strumento essenziale per interpretare il trend dei consumi e costruire le proprie strategie di internazionalizzazione. Ne hanno discusso oggi i relatori del Convegno *Competere sui mercati internazionali: il ruolo delle ricerche per il marketing* svoltosi nella sala Aurea Parma della Camera di Commercio organizzato dalla stessa Cciao in collaborazione con Universitas Mercatorum, ateneo telematico di Unioncamere, con il contributo organizzativo di Marketing Club.

Dopo il primo convegno del 6 marzo 2010 “Il Parmigiano Reggiano: Nuove opportunità per il futuro” una platea di oltre duecento partecipanti, tra cui due classi degli istituti Melloni e Giordani e gli studenti del Collegio Europeo, ha assistito stavolta agli

interventi di Riccardo Carelli, per Marketing Club, Giorgio Marbach, rettore di Universitas Mercatorum, sul ruolo delle ricerche per il marketing presentato nel suo nuovo libro “Ricerche per il Marketing”, di Paolo Anselmi, Vice-Presidente di GfK Eurisko, sugli stili di vita nei mercati internazionali e di Cristiano Alocci, della Barilla G&R, con una relazione intitolata “Marketing Internazionale Primo Piatto - Le ricerche e l'internazionalizzazione in Barilla”.

Ha commentato il Presidente Andrea Zanlari all'apertura dei lavori “Come sappiamo il Pil del pianeta è sempre più legato a mercati lontani come Cina, America Latina e Australia per cui risulta indispensabile essere pronti a competere con queste distanze e dimensioni. Il seminario di oggi vuole dare un contributo culturale destinato agli imprenditori che guardano sempre più all'internazionalizzazione, che in questa fase di estrema competitività necessitano di un accompagnamento costante anche da parte della Camera di Commercio. Colgo l'occasione, a proposito, per ricordare l'appuntamento mondiale delle Camere di Commercio italiane all'estero qui a Parma dal 23 al 27 ottobre 2010 dove le aziende avranno l'opportunità di incontrare personalmente i rappresentanti del mercato globale”.

Precisa il Professor Giorgio Marbach a proposito del suo nuovo libro “Ricerche per il Marketing”: “ il marketing internazionale oggi deve puntare sull'integrazione tra la ricerca quantitativa e qualitativa ponendo in evidenza i rischi di ricerche effettuate senza necessario rigore metodologico. Questo libro vuole raggiungere imprenditori e studiosi di cultura aziendale per migliorare l'approccio al marketing e soprattutto il modo di vedere le persone e le loro diversità. La globalizzazione non implica uniformità ma orizzonti più ampi: al mercato e ai suoi attori non conviene la contrapposizione, la cosa migliore è che tradizione, evoluzione e cambiamento condividano la diversità. A Parma questo già avviene, mi auguro che diventi una realtà generalizzata. Consiglio pertanto alle aziende di oggi di ottenere il maggior numero di informazioni prima di approcciarsi al mercato a cui puntano”.

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali: 0521 233692 romani@secp.it
Ufficio stampa Camera di Commercio: 0521 210249/6 stampa@pr.camcom.it

