

Il campione includerà mille imprese a livello nazionale

Marketing promozionale ricerca dell'Università

Il Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine a Gorizia si è aggiudicato un nuovo progetto di ricerca finanziato dall'Associazione italiana produttori e distributori di articoli pubblicitari e promozionali (Assoprom). La ricerca approfondisce l'analisi condotta dal Larem nel 2009 per conto della rivista "Promotion magazine", periodico specializzato per gli operatori che si occupano di marketing relazionale, che aveva l'obiettivo di studiare la domanda di prodotti promozionali da parte delle imprese italiane. Il nuovo progetto si concentrerà sugli oggetti contrassegnati dal marchio dell'azienda, noti tra gli specialisti con l'acronimo "Pto" (Promozione tramite oggetto). «L'analisi - spiega Luca Brusati, direttore del Larem - confronterà i comportamenti d'acquisto di duecento clienti già "fidelizzati" con quelli di un campione di mille imprese, espressivo della domanda potenziale a livello nazionale». Obiettivo è approfondire le modalità di impiego di uno

particolarmente diffuso anche tra le aziende più piccole.

«È motivo di orgoglio vedere nuovamente coinvolto il polo isontino dell'università in un progetto di questa portata - dichiara Mauro Pascolini, direttore del Centro polifunzionale di Gorizia -. La collaborazione con Assoprom dimostra che la capacità di approfondire i temi "caldi" della comunicazione va oltre la dimensione locale per estendersi anche su scala nazionale».

L'incarico consolida un rapporto di collaborazione tra l'Ateneo e Assoprom iniziatosi nel 2007 con l'analisi della base associativa e proseguito l'anno dopo con la firma di una convenzione quadro. «La partnership con l'Ateneo friulano è stata una scelta naturale - afferma Marco Busini, presidente di Assoprom -. Un progetto del genere riveste la massima importanza per la nostra associazione, poiché ci aiuta a comprendere a fondo le traiettorie di sviluppo della promozione tramite oggetto e della regalistica aziendale: un mercato molto promettente e dalle grandi potenzialità».