Università

Larem, analisi del mercato su un migliaio di aziende

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 fra 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 d'impiego di uno strumento di comunicazione particolarmente diffuso anche tra le aziende più piccole.

«È motivo d'orgoglio vedere nuovamente coinvolto il polo isontino della nostra 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, confermandosi uno dei punti di forza della sede goriziana dell'università di Udine».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.