

# “Osservatorio promozioni”

*Trova attuazione a Gorizia un progetto dell'Università*

## LA NOVITÀ

Gianfranco Di Bert,  
presidente di Assindustria

Nasce a Gorizia l'“Osservatorio promozioni”, progetto triennale ideato dal Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine, con l'obiettivo di studiare in modo sistematico l'evolversi delle scelte di strategia promozionale da parte delle imprese.

Attraverso la messa a punto di un sistema di rilevazione degli investimenti promozionali su un campione di circa 300 imprese italiane, l'Osservatorio promozioni «monitorerà regolarmente - spiega Luca Brusati, direttore del Larem e coordinatore scientifico del progetto - l'evoluzio-



ne del mercato delle promozioni a livello nazionale, apportando così contributi utili sia nel campo degli studi in questo settore, sia nella predisposizione delle strategie delle imprese».

Il progetto “Osservatorio

promozioni” è stato avviato in collaborazione con l'Associazione italiana produttori e distributori di articoli pubblicitari e promozionali (Asso-prom), Ops, editore della rivista di settore “Promotion magazine”, e il Consorzio per lo sviluppo del polo universitario goriziano. «Si tratta - sottolinea Mauro Pascolini, delegato del rettore per la sede goriziana dell'Ateneo friulano - di un esempio molto promettente di partenariato tra “pubblico” e “privato” in materia di ricerca applicata». Il progetto avrà ricadute positive sia sul versante della formazione, sia del servizio alle imprese del territorio.

«Gli studenti - spiega Gianfranco Di Bert, presidente dell'Unione Industriali di Gorizia, che ha assicurato il proprio sostegno al progetto - potranno rafforzare le proprie competenze operative in materia di comunicazione e marketing relazionale attraverso i tirocini effettuati presso l'Osservatorio, mentre le aziende locali potranno usufruire dei risultati della ricerca per definire nuove strategie promozionali in questo momento di grandi cambiamenti a livello economico».

Gli studi saranno focalizzati «su un argomento - annuncia Brusati - scarsamente approfondito a livello nazionale, relativo alle modalità di utilizzo delle logiche e degli strumenti di marketing relazionale da parte delle imprese. Lo scopo è fornire spunti per una soluzione promozionale adeguata anche a piccole e medie imprese, prive di veri budget pubblicitari». Il progetto produrrà un rapporto annuale che sarà validato in un workshop con esperti del settore e, quindi, presentato al pubblico. Periodicamente verranno organizzati incontri di verifica tra le imprese campione di studio e le imprese associate ad Assoprom, che conta quasi duemila soci di cui 31 in Friuli Venezia Giulia.