

## Il marketing

# Ricerca anti-crisi affidata all'università

È stata affidata al Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'università di Udine una ricerca per studiare la domanda di prodotti promozionali da parte delle imprese italiane con l'obiettivo di colmare, in un mercato in costante crescita «un deficit conoscitivo – anticipa il direttore del Larem Luca Brusati – che finora ha trovato spazio limitato sia nelle trattazioni accademiche sia nelle analisi degli operatori». Il risultato atteso è «un quadro aggiornato della domanda di prodotti promozionali a livello nazionale». La ricerca è stata commissionata da Ops, casa editrice della rivista *Promotion Magazine* che vanta un pubblico qualificato di oltre 25 mila operatori del settore, nella quale verranno pubblicati periodici aggiornamenti sull'avanzamento dei lavori. Il progetto prevede lo studio di un campione di 500 imprese distribuite su tutto il territorio nazionale, rappresentative dei vari settori utilizzatori di prodotti promozionali, attraverso una rilevazione tramite interviste telefoniche. Nella raccolta dei dati saranno coinvolti gli studenti del corso di laurea in Relazioni pubbliche dell'ateneo friulano.

