

Di

Martedì 09 Maggio 2006 18:40



In questi giorni a Ravello il Summit che celebra la via mediterranea al marketing e alla comunicazione. L'azienda spagnola Camper si aggiudica il primo Premio del Marketing Mediterraneo Ravello, 8 maggio '06. I guru del settore sono da oggi riuniti a Ravello per definire le linee guida del nuovo modello di Marketing Mediterraneo. Inizia infatti l'8 e prosegue il 9 maggio il I° Forum Internazionale sul Marketing Mediterraneo, il Summit che riunisce eminenti studiosi e professionisti della comunicazione nella splendida e umanistica cornice di Villa Cimbrone con l'obiettivo dichiarato di dare impulso ad una nuova scuola di pensiero nel campo dell'economia e del marketing. Sarà l'azienda calzaturiera spagnola Camper ad essere celebrata in questa prima edizione del Forum per aver fondato il proprio successo su politiche di marca alternative e su un'identità propriamente mediterranea. Il Forum, presentato in anteprima a New York lo scorso marzo, è sostenuto dall'Assessorato ai Rapporti con i Paesi del Mediterraneo della Regione Campania e dalla Provincia di Salerno. Organizzatori il Centro Studi Log-In, la Fondazione Arkè e NinjaMarketing.it, che ha ideato l'evento. Tra i partner che interverranno alla due giorni il Consorzio Nettuno, Rai Utile e AnsaMed, del gruppo Ansa, prima agenzia giornalistica del Mediterraneo. I lavori saranno aperti dagli interventi del vicepresidente della Regione Campania e assessore ai Rapporti con il Mediterraneo Antonio Valiante e dal presidente della Provincia di Salerno Angelo Villani. Tantissime le personalità del mondo accademico, dell'industria e della comunicazione che interverranno: Bernard Cova (docente di marketing presso l'Istituto EuroMed di Marsiglia e autore del bestseller "Il Marketing Tribale: legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo"), Brian Collins (Direttore creativo di BIG/Ogilvy + Mather e VicePresidente dell'Art Directors Club statunitense), Antonella Carù (docente di marketing all'Università Bocconi di Milano), Francesco Schianchi (direttore scientifico dell'Istituto Europeo di Design), Nils Andres (direttore del Brand Science Institute di Amburgo), Francois Silva, (direttore della Ricerca dell'Euromed Marseille ed esperto di problemi di multiculturalità), Serhan Ada (responsabile del Management of Performing Arts Department Istanbul Bilgi University e Direttore del prossimo museo Santral Istanbul), Luigi Frezza (presidente dell'Area didattica di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Salerno ed Ordinario di Sociologia dei Processi Culturali), Mario Rosso (amministratore delegato dell'agenzia Ansa), Daniele Dalli (ordinario di economia e gestione imprese all'Università di Pisa), Ampelio Bucci (imprenditore del Made in Italy, docente all'Università IULM di Milano, co-fondatore di Domus Academy), Gerardino Metallo (ordinario di Management e Sviluppo d'Impresa della Facoltà di Economia e Direttore del Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali dell'Università degli Studi di Salerno), Maria Amata Garito (Rettore dell'Università

Marketing Nostrum: al via i lavori del i° forum sul marketing mediterraneo.

Di

Martedì 09 Maggio 2006 18:40

Telematica Internazionale Uninettuno). Il Primo Premio del Marketing Mediterraneo Da quest'anno verrà anche premiata un'azienda che si è distinta per le proprie politiche di marketing in stile mediterraneo. Il premio della prima edizione del Forum sarà assegnato al marchio spagnolo di scarpe Camper che rappresenta un eccellente esempio di "marchio mediterraneo". L'azienda spagnola, infatti, da sempre si ispira ai valori tipici della mediterraneità. Fondando le politiche produttive ed il proprio marchio su un'identità ben lontana dai modelli anglosassoni, con il suo slogan "Walk, don't run" ha rivoluzionato il modo stesso di approcciarsi al mercato ponendo il Mediterraneo - "The Med is the Net" è un altro slogan di Camper - al centro della propria ragion d'essere e di comunicare. Il premio sarà consegnato a Lorenzo Fluxa Roselló, amministratore dell'azienda, discendente diretto del primo fondatore dell'azienda majorchese. Ideatori dell'evento sono i fondatori di Ninjamarketing.it, Alex Giordano e Mirko Pallera, che spiegano cosa li ha spinti a farsi promotori del Forum: "Il Forum intende riportare il Mediterraneo e in particolar modo l'Italia - protagonista di questo movimento e oggi promotrice di un evento ambizioso-, al centro di un dibattito per il rinnovamento del modo di agire e di comunicare delle imprese. L'intento è quello di stimolare le aziende italiane a seguire un modello di "marketing nostrum", che consideri i valori del Mediterraneo distintivi e culturalmente attuali e che permetta il recupero dell'identità e delle antiche tradizioni delle nostre genti". Per informazioni: Mirko Pallera +39 340 18 12 491 mirko@marketingmediterraneo.org www.marketingmediterraneo.org