

NUOVE STRATEGIE AZIENDALI PER ASSORBIRE E SEMPLIFICARE LE INCERTEZZE DEL MERCATO

Il marketing fa suo l'imprevisto

Dall'AI al racconto, gli strumenti che non vanno cambiati e le innovazioni tecnologiche. Il punto di partenza: ormai sono i bisogni del cliente ad andare verso le aziende

DI MARCO CAPISANI

Sicuramente digitale ma anche algoritmica, storytelling o meglio truth-telling (il racconto della verità) e poi pubblicità & comunicazione ma soprattutto nuovi processi industriali e un'attenta gestione della clientela, prima e dopo la vendita: sono queste alcune delle parole che caratterizzano il marketing nel 2023 riprendendo e aggiornando vecchi concetti ma anche imponente di nuovi, considerando anche solo il profondo impatto delle recenti tecnologie. Sullo sfondo si aggiunge l'incertezza di uno scenario internazionale che si complica tra rincari dei prezzi, guerre e potenziali crisi finanziarie. Il risultato è che le aziende preferiscono seguire strategie commerciali più caute, almeno nel breve periodo, sebbene il marketing possa «svolgere proprio la funzione più ampia di incorporare i cambiamenti e i nuovi valori della società. Può ridurre

la confusione del sistema in cui operano i brand», ha dichiarato ieri Angelo Di Gregorio, presidente della Società Italiana Marketing, in apertura della 7ª edizione del Milano Marketing Festival, non a caso dedicata a «Uncertainty & Planning - Pianificare nell'incertezza». «Viviamo la Quarta rivoluzione industriale che, per la prima volta nella storia, parte dal consumatore, dai suoi bisogni e va verso le aziende, non viceversa. Imparando a seguire questo flusso, il marketing è utile a raccogliere le nuove sollecitazioni, con l'aggiunta di una tecnologia che permette una relazione one-to-one col cliente», ha rilanciato Di Gregorio durante la prima giornata del Mmf 2023, organizzato da Campus, Class Agorà, Class Cnbc, ItaliaOggi e in diretta fino a domani su ItaliaOggi.it, il profilo LinkedIn di ItaliaOggi, Milanofinanza.it, ClassCnbc (al canale 507 di Sky), Salonedelostudente.it e piattaforma Zoom. Dunque nuovi termini che viaggiano in parallelo con

Le nuove parole del marketing, dizionario pubblicato da Class Editori e curato da Domenico Ioppolo, ad di Campus Editori e direttore del comitato scientifico del Mmf. Ma a chi si rivolgono queste parole? «A tutte le aziende, grandi e piccole», ha risposto Di Gregorio. «Finora, specie in Italia, il marketing è stato inteso come sinonimo di comunicazione e pubblicità, di conseguenza alla portata delle sole grandi imprese. Invece, forse, le pmi italiane sono rimaste piccole e medie imprese proprio perché sono mancati gli investimenti in marketing. Ora, però, la tecnologia ha democratizzato ogni attività».

Digitale. È il primo termine che permea le nuove strategie aziendali, anche in un comparto storicamente brick and mortar (mattoni e malta) come il real estate che, invece, ora diventa «brick and click» per aprirsi a ogni protagonista del settore grazie al digitale», è intervenuta Barbara Cominelli, ceo di Jll Italia. «Creia-



Gianluca Toniolo

mo per esempio digital twin che riproducono virtualmente i nostri immobili per efficientarne la gestione. E sempre grazie al digitale possiamo anche valorizzarli in base alle esigenze dei clienti. Insomma, dal tradizionale real estate ci spostiamo verso un focus maggiore sui servizi», chiosa la ceo di Jll Italia, società con un suo fondo di venture capital per avvicinare start-up e scale-up tecnologiche alle grandi aziende. «L'incertezza? Influenza nel breve periodo ma bisogna confermare gli obiettivi a tendere, che siano d'innovazione tecnologica o di sostenibilità», ha sottolineato Cominelli.

Sostenibilità e truth-telling.

Nel senso che «essere green significa concretamente rispettare complesse norme di compliance, che a loro volta richiedono di portare in azienda nuovi esperti capaci di garantire una conformità alle differenti regole adottate nei vari mercati nazionali. Tutto questo, poi, un marchio deve saperlo far arrivare al consumatore finale», ha aggiunto Gianluca Toniolo, ceo di Dolce & Gabbana Beauty. «E, visto che lo stesso consumatore è sempre più esperto e attento a verificare la bontà delle comunicazioni aziendali, allora diventa tassativo raccontare solo quello che realmente si fa».

Algoritmica. «Con l'Intelligenza artificiale (AI) si possono utilizzare i dati per estrapolare intelligenza e, di conseguenza, soddisfare le richieste dei clienti ma il punto di partenza dev'essere la definizione, in sede istituzionale, di regole e norme per individuare il modo migliore di usare l'AI. In una sola parola: algoritmica», ha spiegato Matteo Mille, chief marketing & operations officer di Microsoft, che ha potenziato il suo motore di ricerca Bing con l'Intelligenza artificiale. Per supportare il nuovo modello di ricerca online, il colosso internazionale dell'informatica punta quindi su una concezione di marketing «di trasformazione» e ha orientato le nuove assunzioni verso competenze tra le altre scientifiche e di analisi dei dati ma sempre «con un'attitudine un po' imprenditoriale».

Processi. Insieme a persone, purpose (scopo, ndr) e passato, rappresentano le nuove P del marketing e sono cambiati molto anche in un comparto dall'impronta tradizionale come l'editoria di libri. Ma basta pensare «all'uso dell'Intelligenza artificiale per gestire le rese dei titoli e il riassetto o ai chatbot nei rapporti con la clientela che, di contro, preferisce ancora un'esperienza di acquisto molto fisica e cartacea», ha ricordato Alessandra Carra, a.d. del gruppo Feltrinelli. Al di là di ebook e podcast, si conferma il libro cartaceo, a giudizio di Carra, come «fondamentale nell'apprendimento scolastico e universitario ma anche per la lettura in generale, che richiede spesso il consiglio di un libraio prima di scegliere un titolo». Come dire: il cuore antico del business del futuro. (riproduzione riservata)

AUTOSTRADE MERIDIONALI

AVVISO DI AVVENUTO DEPOSITO DEL PROGETTO DI RELAZIONE FINANZIARIA ANNUALE AL 31 DICEMBRE 2022, DELLA RELAZIONE SUL GOVERNO SOCIETARIO E GLI ASSETTI PROPRIETARI E DELLA RELAZIONE SULLA POLITICA DI REMUNERAZIONE 2023 E SUI COMPENSI CORRISPOSTI 2022

Ai sensi della normativa vigente il Progetto di Relazione Finanziaria Annuale relativo all'esercizio 2022, la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari 2022 e La Relazione sulla Politica di Remunerazione 2023 e sui Compensi Corrisposti 2022 approvati dal Consiglio di Amministrazione in data 23 febbraio 2023, sono a disposizione di chi ne farà richiesta presso la Sede Legale e sono consultabili sul sito internet della Società all'indirizzo www.autostrademeridionali.it nonché sul sito internet del meccanismo di stoccaggio autorizzato www.1info.it

AUTOSTRADE MERIDIONALI S.p.A.

AUTOSTRADE MERIDIONALI S.p.A. - Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Autostrade per l'Italia S.p.A. - Sede in Via Cintia, svincolo Fuorigrotta - Napoli 80126 - Capitale Sociale € 9.056.250,00 interamente versato - N. Codice Fiscale e Iscrizione al Registro delle Imprese di Napoli 00658460639

AZIENDA OSPEDALIERO UNIVERSITARIA S. GIOVANNI DI DIO E RUGGI D'ARAGONA
BANDO DI GARA
L'A.O.U. "San Giovanni di Dio e Ruggi d'Aragona" - via S. Leonardo snc, Salerno - indice Bando di Gara per la fornitura e posa in opera di n. 1 lotto trattore extracorporeo comprensivo del servizio di garanzia, manutenzione e assistenza full risk per la S.C. di Urologia del P.O. "Fuco di Mercato San Severino". CIG 969096363A. Importo a base di gara: € 500.000,00 iva esclusa. Procedura aperta (ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii.) da aggiudicarsi con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, gestita con il sistema telematico SIAPS. Termine ricezione offerte: 18.04.2023 ore 12.00. Apertura: 19.04.2023 ore 10.00. Documentazione su: www.sangiornimergugli.it sezione "Bandi di Gara" e www.sorsa.it sezione "Bandi di Gara". Invio alla GUUE: 07.03.2023.
Il RUP Dott.ssa Stefania Celentano

COMUNE DI FERRERA ERBOGNONE

ESITO DI GARA
CIG 94573579E1

La procedura aperta pubblicata in GURI n. 126 del 28/10/2022 SERVIZIO PER LA GESTIONE E CONDIZIONE DELLA R.S.A. E DELLA REFEZIONE SCOLASTICA, necessari agli ospiti della R.S.A. con capacità ricettiva di n. 20 posti più 2 posti di sollievo, Via Roma n. 11 - 27032 Ferrera Erbognone nonché servizio di refezione scolastica e pasti a domicilio è stata aggiudicata alla Cooperativa Sociale Ale.Mar Onlus di Vigevano (PV) per € 2.258.250,00 comprensivo di oneri di sicurezza + IVA di legge.
Il Responsabile Unico del Procedimento
Dott. Mariano Cingolani

COMUNE DI GENOVA

Stazione Unica Appaltante

smart.comune.genova.it
PEC acquisticomge@postecert.it

ESTRATTO DI AVVISO DI GARA

Si rende noto che il 20/03/2023 ore 10:00 avrà luogo procedura aperta per l'affidamento del servizio di noleggio senza conducente di due dumper articolati, per conto di AMU S.p.A.; valore globale Euro 496.800,00 oltre IVA. Il plico telematico dovrà pervenire entro il 17/03/2023 ore 12:00. Il bando integrale è scaricabile da smart.comune.genova.it e appalti.regione.liguria.it.

Il Dirigente
Dott.ssa Angela Iaria Gaggero



COSTA CROCIERE S.p.A.
Sede legale in Genova, Piazza Piccapietra 48
Capitale sociale versato Euro 344.310.720,00
Iscritta al Registro delle Imprese di Genova al n. 02545900108
Codice fiscale e Partita Iva n. 02545900108

CONVOCAZIONE DI ASSEMBLEA ORDINARIA

I Signori Azionisti sono convocati in Assemblea Ordinaria per il giorno 30 marzo 2023 alle ore 10.30, presso la sede legale in Genova, Piazza Piccapietra 48, in prima convocazione, ed, eventualmente, per il giorno 31 marzo 2023, stesso luogo ed orario, in seconda convocazione per deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

1. Presentazione ed approvazione del bilancio dell'esercizio al 30 novembre 2022 e presentazione del bilancio consolidato al 30 novembre 2022. Deliberazioni inerenti e conseguenti.
2. Nomina del Consiglio di Amministrazione e fissazione dei relativi compensi. Deliberazioni inerenti e conseguenti.
3. Nomina dei componenti del Collegio Sindacale e fissazione dei relativi emolumenti. Deliberazioni inerenti e conseguenti.

L'assemblea si terrà per teleconferenza, essendo predisposti presso la sede legale in Genova, Piazza Piccapietra 48 i collegamenti necessari ai sensi dello Statuto vigente. Hanno diritto di partecipare all'Assemblea i portatori delle azioni che depositeranno le specifiche comunicazioni rilasciate da un Intermediario autorizzato ai sensi della normativa vigente presso la sede legale; ad essi saranno altresì indicate le modalità per il collegamento telefonico.

Genova, 15 marzo 2023

p. Il Consiglio di Amministrazione
L'Amministratore Delegato
(Michael Thamm)



EUR S.P.A.

ESITO DI GARA - CIG 9336072257

È stata aggiudicata procedura aperta per i servizi di manutenzione ordinaria, a guasto e presidio di scale e tappeti mobili installati presso il "Roma Convention Center - La Nuova" di proprietà di Eur S.p.A. e sito in Roma - Municipio IX. Aggiudicatario: Marrocco Elevators S.r.l. Importo di aggiudicazione: € 228.530,68. Atti su: www.eurspa.it. Data di invio alla G.U.U.E.: 07/03/2023.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO PER LA FASE DI AFFIDAMENTO - AVV. DONATA NUZZO