

Università

Una ricerca su regali e imprese

Come vengono utilizzati i regali d'affari dalle aziende italiane? Lo svelano i primi risultati di una ricerca su questo tema, commissionata al Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine a Gorizia dall'Associazione italiana produttori e distributori di articoli pubblicitari e promozionali (Assoprom) e dalla rivista "Promotion magazine". «Il settore – dice Silvia Iacuzzi, curatrice della ricerca – ha subito una flessione durante la crisi, ma il livello degli investimenti è tornato a essere stabile». La ricerca sarà presentata nell'ambito della fiera internazionale Promotion trade exhibition oggi a Milano. «La prima parte dell'analisi, su oltre 2 mila realtà di tutta Italia – anticipa Iacuzzi – ha fornito importanti indicazioni sull'andamento della domanda. Non soltanto le grandi imprese, ma anche aziende di piccolissime dimensioni continuano a giudicare positivamente le potenzialità della regalistica come canale di comunicazione». «Grazie alla partnership con Assoprom e con "Promotion magazine" – afferma Luca Brusati, direttore del Larem – questa ricerca offre l'opportunità di colmare un importante gap conoscitivo: possiamo finalmente disporre di un quadro oggettivo sulle modalità di utilizzo di uno strumento di comunicazione largamente diffuso, anche nelle aziende più piccole, ma spesso trascurato dalla letteratura in tema di marketing e comunicazione aziendale».