

Sei in: [Home](#) » [Qui Gorizia](#) » Regalistica aziendale e investimenti da parte delle aziende e delle imprese

Notizie ed Eventi

- ▶ Ultime notizie
- ▶ Galassia Università
- ▶ Vita d'Ateneo
- ▶ Proposte di studio
- ▶ Borse, tirocini, opportunità
- ▶ Studio e lavoro all'estero
- ▶ Opportunità di lavoro
- ▶ Università & territorio
- ▶ Cultura e scienza
- ▶ Pianeta Sanità
- ▶ Elezioni e nomine
- ▶ YOUng Future for you
- ▶ InnovAction (2007-2008)
- ▶ Archivio e ricerca notizie
- ▶ Agenda

Sedi decentrate

- ▶ Qui Pordenone
- ▶ Qui Gorizia

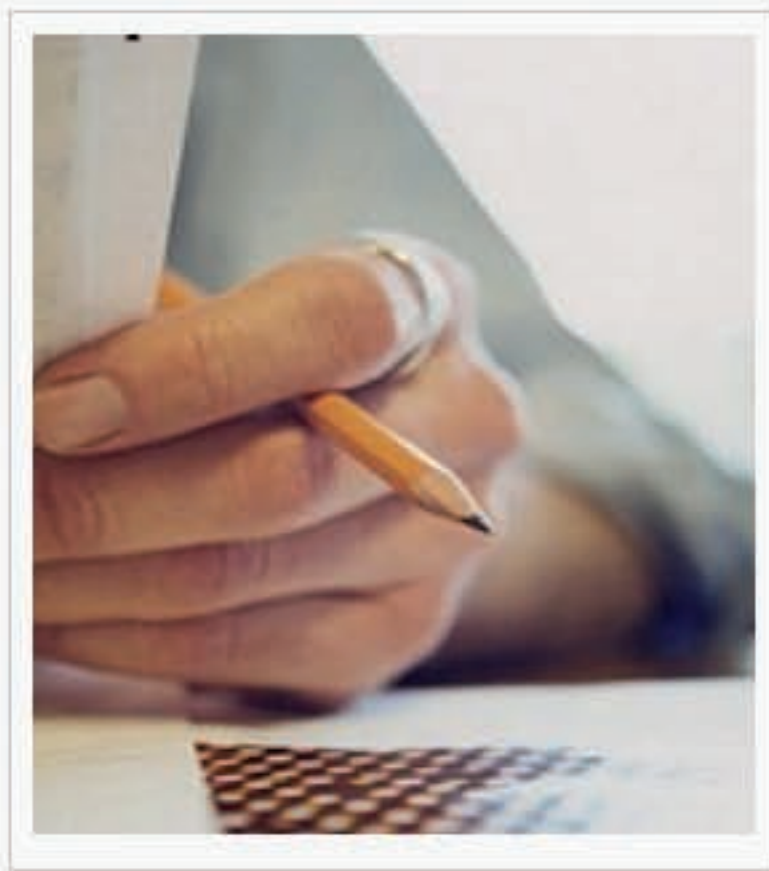
Interventi del Rettore

- ▶ Cristiana Compagno 2008/2013
- ▶ Furio Honsell 2001/2008

Domani i risultati della ricerca targata Larem dell'Ateneo di Udine

Regalistica aziendale e investimenti da parte delle aziende e delle imprese

Lo studio delinea il quadro di un settore cruciale a livello italiano, con investimenti medi annui per azienda di oltre 20 mila euro



Il 20% circa delle aziende italiane – incluse le piccole e medie imprese – investe in regalistica e l'investimento medio è alquanto alto, attestandosi a circa 20 mila euro all'anno. La tendenza è ad acquistare per il 50% prodotti a nome dell'azienda e per l'altro 50% regali d'affari destinati per il 44% al consumatore finale. Sono alcuni dei primi risultati della ricerca nazionale del Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale (Larem) dell'Università di Udine a Gorizia, svolta in collaborazione con l'Associazione nazionale produttori e distributori di prodotti promozionali (Assoprom). La ricerca, svolta su un campione di oltre 2500 aziende di tutta Italia, «racconta – dice il direttore del Larem, Luca Brusati - un settore che si rivela cruciale per le aziende», e sarà presentata **domani, giovedì 10 marzo**, a Milano in concomitanza con la Fiera Promotion Trade Exhibition.

Lo studio riguarda un tema ancora poco trattato in ambito accademico e farà il quadro, ad esempio, su quanto e come investono le aziende italiane in regalistica aziendale, su chi prende le decisioni a livello di spesa, su quali prodotti si investe maggiormente. «Siamo molto soddisfatti dei risultati – dice Brusati –, perché il settore della promozione e della regalistica spesso viene trascurato a favore della pubblicità classica; il Laboratorio ha dimostrato che proprio questa parte del *below the line* ha affrontato la crisi molto bene e non prevede flessioni in futuro. La

collaborazione con Assoprom di questi tre anni ha portato risultati molto importanti che saranno utili per le azioni future. Ancora una volta la ricerca va incontro al territorio e al tessuto industriale, rivelandosi concreta e fondamentale per comprendere il presente e dare una direzione al futuro».

«I dati rilevati dalla ricerca – aggiunge Marco Busini, presidente di Assoprom - sono molto importanti per noi in quanto ci aiutano a comprendere le esigenze dei nostri clienti, ci danno indicazioni sui momenti in cui le aziende investono e ci dicono che l'80% dei clienti si fida di noi, del nostro giudizio per decidere gli acquisti. Il Larem con il suo lavoro così ampio e la sua analisi così approfondita e rigorosa ci ha fornito dato fondamentale e su questo dobbiamo impostare il nostro futuro. In questi tre anni abbiamo lavorato molto e in sinergia e speriamo di continuare con ulteriori indagini che ci consentano di capire sempre meglio il mercato».

09/03/2011

Sullo stesso tema

- ▶ Regalistica nelle imprese italiane, l'Università di Udine ne fotografa il ruolo (18/01/2011)
- ▶ Musei aziendali del Friuli Venezia Giulia, un patrimonio di cultura ancora da scoprire (26/11/2010)
- ▶ Imprese e responsabilità amministrativa: all'Università il punto con i professionisti (23/11/2010)
- ▶ Articoli promozionali: nuova ricerca dell'Università di Udine (04/08/2010)
- ▶ Promuovere un marchio attraverso il cinema, le nuove frontiere del product placement (24/05/2010)
- ▶ Confindustria e Università studiano nuovi modelli gestionali per la sicurezza sul lavoro (17/05/2010)
- ▶ Organizzare eventi culturali, incontro con Fabrizia Maggi del CSS (07/05/2010)
- ▶ Marketing e comunicazione: dalla teoria alla pratica (03/05/2010)
- ▶ La 'strategia della semplicità' spiegata da Francesco Gallucci (23/03/2010)
- ▶ Imprese e responsabilità amministrativa, confronto sul Decreto Legislativo 231/2001 (16/03/2010)
- ▶ Prodotti promozionali e comunicazione aziendale: studio nazionale dell'Ateneo di Udine (09/03/2010)
- ▶ Servizi socio-sanitari, esperienze a confronto (23/02/2010)
- ▶ Gorizia, processi decisionali partecipativi in Provincia (22/12/2009)
- ▶ Bilancio sociale, a Ronchi dei Legionari si presenta progetto pilota dell'Ateneo (22/10/2009)