

## Cesena Today

Economia

### Rete PMI: "Comunicazione e marketing digitali fondamentali per le imprese"

"Sul territorio sta crescendo l'esigenza - e con essa l'utilizzo - di strumenti digitali di comunicazione e marketing"



24 ottobre 2016 13:45



Sul territorio sta crescendo l'esigenza – e con essa l'utilizzo - di strumenti digitali di comunicazione e marketing, cui è strettamente correlato lo sviluppo delle imprese. Ben sappiamo che la rivoluzione digitale in atto, le cosiddette infrastrutture immateriali e la capacità dei territori di dotarsene in tempi rapidi, andando a colmare il gap esistente con gli altri paesi industriali, è fondamentale oggi ed è uno dei principali asset di cui il territorio deve dotarsi per garantire la permanenza, l'insediamento e soprattutto la crescita delle

imprese. Ovvio che anche le imprese devono fare la loro parte, fare investimenti adeguati e far crescere la propria cultura digitale e di comunicazione.

Queste le premesse della serata dedicata a “Marketing & Digital Strategies” organizzata da Rete PMI Romagna che, come ha sottolineato il Presidente Luca Bettini, con questo appuntamento ha inaugurato la seconda edizione degli incontri con apericena che l’Associazione, dopo l’apprezzamento riscontrato nella precedente edizione, è ancora più motivata a rendere interessanti e coinvolgenti.

“Oggi sempre più si parla di comunicazione integrata d’impresa, che ha aumentato esponenzialmente il proprio valore e la propria efficacia, ma per essere tale, tutti gli strumenti adottati devono essere ben integrati tra di loro: quella che sono solito definire “comunicazione consapevole”. Così ha esordito il relatore della serata, Luca Targa, esperto di marketing e comunicazione, che ha inoltre sottolineato come la comunicazione oggi non porta risultati se si attuano solo azioni sporadiche “a spot”, ma solamente se il tutto viene integrato all’interno di un progetto aziendale mirato con la consapevolezza di ciò che si fa. Modello replicabile per quanto riguarda il territorio, un sistema altrettanto complesso, in cui ciascun elemento influenza l’altro, esattamente come in una azienda. Così, se il territorio rende disponibili strumenti adeguati alle imprese, l’impresa ha diritto ad utilizzarli, ma ha anche il dovere di farlo con attenzione, nel rispetto delle regole e guardando al futuro, con un ampio orizzonte temporale ed insieme al territorio. Questi elementi rappresentano il punto di partenza per la definizione di strategie di branding comuni nel rapporto impresa-territorio, che devono essere canalizzate sapientemente nei nuovi media, strumenti oggi imprescindibili per la comunicazione, la conoscenza, la visibilità e che rappresentano la frontiera 4.0 dello sviluppo economico locale.