

Tra marketing e strategie digitali

Tornano gli appuntamenti di formazione della "Rete Pmi Romagna"

CESENA. Era dedicato a "Marketing & Digital Strategies" il primo appuntamento di quella che è la seconda edizione degli incontri con apericea organizzati dalla Rete Pmi Romagna.

La rivoluzione digitale in atto è fondamentale oggi ed è uno dei principali assetti di cui il territorio deve dotarsi per garantire la permanenza, l'insediamento e soprattutto la crescita delle imprese.

Anche le imprese devono fare la loro parte in termini di investimenti e in questo senso vanno le

iniziative promosse da Rete Pmi Romagna che con questo primo appuntamento inaugura la seconda stagione di una serie di incontri che lo scorso anno ha riscosso ampio successo di partecipazione.

«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 - scrivono da Rete Pmi Romagna - anche 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 - si legge ancora - rappresentano il punto di partenza per la definizione di strategie di branding comuni nel rapporto imprese-territorio, che devono essere canalizza-



te sapientemente nei nuovi media, strumenti oggi imprescindibili per la comunicazione, la co-

noscenza, la visibilità e che rappresentano la frontiera 4.0 dello sviluppo economico locale».