

## Cantone: Le Pmi si aprano al marketing

"Il marketing può essere uno strumento fondamentale per lo sviluppo delle Pmi locali": Luigi Cantone, ordinario di Marketing presso l'università Federico II di Napoli, illustra al Denaro le caratteristiche del corso "Il marketing delle imprese di successo". Il corso è promosso dal Collegio universitario Villalta dell'Ipe a Napoli e ha preso il via lo scorso venerdì 2 marzo.

● Alessandro Iuma

**Domanda. Che ruolo gioca il marketing nell'economia campana? E' realmente una risorsa per la regione e per il Mezzogiorno?**

Risposta. Bisogna fare prima tutto una considerazione di fondo: l'economia campana si fonda sostanzialmente su una realtà di Pmi. E' essenziale perciò chiedersi quanto il marketing possa essere utile per una realtà di questo tipo in cui l'economia si concentra sia su settori di tipo tradizionale che su settori di tipo innovativo: dall'industria tessile e dell'abbigliamento, all'industria alimentare e ad alcuni settori dell'high tech come le tecnologie dell'informazione.

**D. In questo contesto co-**



Luigi Cantone

**sa può fare il marketing per le Pmi?**

R. E' uno strumento sicuramente utile. In una economia sempre più globalizzata e in cui il mercato è il mondo e la concorrenza proviene da paesi lontani, le strategie di marketing consentono l'esplorazione e l'individuazione di nuovi mercati; permettono di cogliere comportamenti di consumo e favoriscono l'internazionalizzazione dell'impresa. La capacità di individuare e soddisfare nuovi bisogni in altre parti del mondo, rappresenta un fattore di crescita straordinario.

**D. Un supporto anche alle produzioni qualità, quindi...**

R. Certo. Una buona strategia di marketing consente di valorizzare marche e prodotti di molte imprese che soprattutto in Campania e nel Mez-

zogiorno in genere, realizzano merce di qualità, innovativa, con caratteristiche distintive. Incisive strategie di marketing infine, costituiscono una leva straordinaria per penetrare nuovi segmenti di clientela anche sul piano nazionale.

**D. Che utilizzo fanno le imprese campane delle strategie di marketing?**

R. Esistono imprese che hanno utilizzato il marketing e che oggi sono le più evolute, quelle cresciute più rapidamente non solo sul piano nazionale ma anche internazionale. Il marketing non è ancora uno strumento utilizzato in modo diffuso nella realtà delle Pmi campane ma questo è un problema nazionale non solo limitato ad una singola regione.

**D. Quante sono le Pmi che utilizzano strategie di marketing?**

R. In questi anni il tasso di adozione delle tecniche del marketing è cresciuto in modo esponenziale. Da un punto di vista numerico la penetrazione è recente e bassa.

**D. Come mai?**

R. Bisogna considerare un problema culturale: oggi anche i ragazzi che formiamo nelle università, nei master, aspirano a lavorare nelle grandi imprese delle quali noi

stessi, nei corsi di marketing, ne proponiamo il modello. Molti di loro non mirano alle Pmi come obiettivo professionale, anche perché di medie imprese che hanno un utilizzo più evoluto del marketing ce ne sono veramente poche. Una grande impresa consente di fare esperienza rapidamente e di crescere professionalmente in modo più veloce.

**D. Ha senso, per un neo-laureato, investire nella formazione al marketing? Su quali figure professionali deve puntare e in che modo può acquisire la giusta preparazione professionale?**

R. Il marketing è una delle attività in cui c'è sempre una forte domanda da parte del mercato del lavoro e tutti i settori stanno diventando sempre più sensibili. Oggi le imprese stanno aprendo alle nuove professioni del marketing, ed è perciò

sempre più interessante scegliere un percorso formativo in questo campo. Si tratta di attività per le quali ci sarà sempre più domanda da parte del mercato del lavoro e in cui si apriranno nuove possibilità di figure professionali.

**D. Quali le figure più ricercate?**

R. Il customer satisfaction manager è il customer loyalty manager, ad esempio, sono molto richieste. La necessità di creare prodotti sempre più facenti alle esigenze di un mercato più segmentato, richiede interventi mirati da parte di figure professionali che abbiano una qualificazione sempre più alta e sempre più specifica. La competizione diventa perciò l'elemento che caratterizza l'economia moderna; settori sempre più competitivi esigono figure professionali sempre più specifiche.

**D. Quali consigli può dare a chi seguirà il corso di approfondimento al marketing perché diventi un valore aggiunto nel proprio curriculum di studi?**

R. Consiglio questo corso perché è molto concreto, integra la prospettiva accademica con una prospettiva aziendale e consente, grazie al project work, di operare una verifica pratica, empirica e operativa degli strumenti concettuali che sono stati sviluppati anche a lezione.

**D. In cosa consiste il corso?**

R. E' il secondo anno che facciamo in modo continuo questo corso che presenta alcuni elementi di novità. Oltre agli interventi tenuti da docenti o persone che a vario titolo operano nel mondo universitario, abbiamo inserito una serie di incontri tenuti da manager aziendali.

### A Napoli il corso Ipe per le strategie di crescita

E' partito il 2 marzo scorso, la quarta edizione del corso: "Il marketing delle imprese di successo" organizzato dal collegio universitario Villalta dell'Ipe che ospita studentesse italiane e straniere iscritte presso gli atenei napoletani, che desiderano vivere con continue opportunità di trasformare gli anni universitari in un arricchente percorso formativo. Il corso è realizzato in collaborazio-

ne con Luigi Cantone, ordinario di Marketing presso l'università Federico II di Napoli e il suo staff universitario. Il coordinamento dell'attività è affidato a Marcello Risitano, professore a contratto di marketing presso la facoltà di Economia della Federico II. Il corso, che prevede 49 ore di lezione e la realizzazione di un project work finale, è rivolto alle studentesse universitarie.