



COMMISSIONE TECNICA PERMANENTE

MARKETING

Il giorno 23 giugno 2009 alle ore 17.00 ha avuto luogo presso gli uffici di Diesel a Milano la riunione della Commissione Tecnica Permanente sul Marketing, dal titolo “Creatività e azienda: come avvicinarle e quali meccanismi e processi facilitanti”.

PARTECIPANTI:

| | |
|----------------------|--------------------------------------|
| Grioli Antonio | Presidente Commissione - ZUCCHETTI |
| Pugi Silvia | Vice Presidente Commissione - VALTUR |
| Nanotti Silvia | Coordinatrice Commissione - ASAM |
| Artibani Giordani | ASAM |
| Bovolenta Guido | MEDIALAB |
| Cicogna Ferruccio | ASAM |
| Cuocci Maria | ASAM |
| Denaro Riccardo | ACQUAGROUP |
| Facchini Andrea | NOKIA |
| Ferri Annalisa | BARILLA |
| Ferro Maria Enrica | LVMH |
| Fiocca Renato | UNIVERSITA' CATTOLICA |
| Landini Marcello | ASSOLOMBARDA |
| Loasses Edoardo | FINIPER |
| Messaggio Alessandro | MEDIALAB |

| | |
|----------------------|----------------------------------|
| Pace Dino | DIESEL |
| Palagiano Daniela | ASAM |
| Perrier Eugenio | BARILLA |
| Peretti Paola | NATUZZI |
| Rovere Emanuela | BARILLA |
| Sanzone Tiziana | ASAM |
| Tagliatesta Beatrice | DOTTORANDA UNIVERSITA' CATTOLICA |
| Zannis Alessandra | CENTRIMARK |

Silvia Nanotti ha aperto la riunione esponendo il tema dell' incontro, ovvero la creatività in azienda, sia all' interno dei processi di creazione di nuovi prodotti, sia nelle strategie di marketing rivolte al pubblico esterno.

E' seguito un giro di presentazione di tutti i partecipanti.

Ha quindi preso parola **Renato Fiocca**, docente di marketing dell'Università Cattolica, parlando della creatività strategica in un'azienda come l'impegno quotidiano nella realizzazione delle attività ed esemplificando il concetto attraverso la citazione di tre casi di successo, B Ticino, Mapei e Diesel. Per essere creativi bisogna guardare le cose da più prospettive, invertendo le regole del gioco per andare in una direzione ancora inesplorata, stupendo il proprio target.

Ferruccio Cicogna, direttore Divisione Imprese di ASAM, ha sottolineato l'importanza di un ambiente di lavoro stimolante, che permetta alle persone di essere sé stesse e di esprimere il proprio punto di vista; solo in questo modo l'azienda potrà essere realmente creativa: "fare le cose bene significa innanzitutto creare".

Dino Pace, Managing Director di Diesel, ha fatto una panoramica degli aspetti distintivi della propria azienda:

- Coraggio ed adattabilità, inteso come il non accontentarsi mai, cercando di essere audaci sempre
- Innovazione, non solo nei prodotti ma soprattutto nel management
- Amore per la creatività, e continuo sostegno verso i giovani talenti
- Individualità, nel senso di valorizzazione dell'individuo e delle personalità

- Abilità nel combinare sogni e realtà, perché Diesel sa mescolare innovazione, ricerca, imprenditorialità...

In Diesel la creatività è insita nello spirito stesso del suo fondatore, che è stato in grado di contornarsi di persone che hanno poi incanalato la loro creatività nel modo corretto; l'ambiente molto "friendly" è in grado poi di massimizzare l'apporto di ciascuno e di valorizzare le idee da qualunque parte esse arrivino. Diesel ha ideato un nuovo modo di far comunicazione, basata sull'ironia, l'originalità, la freschezza, lo stile e il coraggio nell'osare.

È seguito poi l'intervento di **Andrea Facchini**, Direttore Marketing di Nokia.

La filosofia della multinazionale finlandese si basa su tre punti fondamentali:

- Il desiderio di una continua evoluzione. Dalla sua fondazione ad oggi, Nokia ha cambiato il suo core business più volte, in un'ottica di continuo miglioramento. È dalle difficoltà che nasce la necessità di resistere, cambiare, creare ed innovare.
- L'importanza dell'osservazione, ovvero il costante monitoraggio del mercato con l'obiettivo di anticipare i cambiamenti ed essere sempre pronti ad affrontarli.
- La one brand identity, cioè il fatto di riuscire a trasmettere i propri valori e la propria immagine nello stesso modo in tutto il mondo.

Il **Prof. Fiocca ha infine concluso l'incontro**, ribadendo come ormai sia sempre più in atto il fenomeno della convergenza settoriale e di come, di conseguenza, non ci siano più confini per la creatività.

Il prossimo incontro della Commissione Marketing: "Creatività e Azienda: come avvicinarle e quali meccanismi e processi facilitanti – parte 2", si svolgerà a settembre 2009.

Luogo e data precisa vi verranno comunicate con congruo anticipo.

Lecture consigliate:

Davide Lajolo, *Veder l'erba dalla parte delle radici*, Rizzoli.

Donald A. Norman, *La caffettiera del masochista*, Giunti Editore.