



*Uniti nella fedeltà  
e nella diversità*

## **COORDINAMENTO MONARCHICO ITALIANO**

### **IL PORTAVOCE**

#### ***Comunicato stampa***

25 marzo 2010

#### **Il CMI a Nizza**

L'AIRH ed il CMI hanno partecipato, oggi a Nizza, a Sophia Antipolis, al Convegno *Reload your marketing - Le marketing méditerranéen*.

Il dibattito sulle nuove tendenze e sulle politiche adottate dalle imprese del Mediterraneo, volte a mettere in atto strategie di sviluppo in linea con le esigenze di mercato, ha messo in luce l'esistenza di un vero e proprio marketing mediterraneo, ben diverso dal marketing tradizionale. Infatti, se in altre aree del mondo le imprese promuovono i propri prodotti o servizi mettendone in evidenza le qualità funzionali, o cercando di associarlo ad emozioni e valori, un prodotto mediterraneo incarna in sé l'appartenenza ad un territorio e ad un gruppo sociale con valori e caratteristiche proprie.

In molte zone del Mediterraneo, il tessuto economico è composto prevalentemente da imprese di piccole e medie dimensioni, spesso a conduzione familiare, che si propongono sul mercato al fianco delle imprese della grande industria, la loro unica possibilità di sopravvivenza è quella di differenziare la propria offerta e la propria strategia commerciale, al fine di ritagliarsi una nicchia di mercato. Il *marketing mediterraneo* si basa su un prodotto di qualità, spesso un sapere artigianale, che racchiude al suo interno una storia, e un valore aggiunto che nasce dal legame con il territorio. La strada da perseguire, per la promozione dei prodotti e del territorio mediterraneo, è quella dell'innovazione, della creatività e dell'autenticità, che nascono dal legame con la cultura locale. Ciò che oggi fa legame è il condividere una passione, la passione di un gruppo, di un universo sociale. È su queste basi che devono svilupparsi le strategie di marketing delle piccole e medie imprese del Mediterraneo. È da qui che esse devono partire per perseguire il successo.



Eugenio Armando Dondero