

Marketing, cresce la filiera orobica

«Ora fare sistema contro i colossi»

CALVIN KLOPPENBURG

Un ecosistema frammentato e composto da una costellazione di micro imprese che negli ultimi anni in Bergamasca ha continuato la sua crescita.

Ma le dimensioni degli attori orobici del comparto marketing, media, comunicazione ed eventi non precludono le aspirazioni del panorama locale, pronto a fare quel salto di qualità che possa affermarlo a livello regionale e nazionale.

Come? Facendo sistema. Ne parla il nuovo network Marketing Media Comunicazione Eventi (Mmce) di Ascom e Asseprim Bergamo, nato per tessere quella rete che compatti il comparto e ne stimoli la competitività. Oltre che con le competenze, è proprio stringendo un'alleanza territoriale che si può vincere la concorrenza dei colossi del settore, competitor più strutturati (molti gravitano sull'area milanese) in presenza dell'attuale delicato momento economico, in cui una fetta (seppur piccola) del tessuto imprenditoriale non vede nella comunicazione una medicina alla crisi ma una delle voci di spesa più facilmente sacrificabili.

«Rappresentiamo uno spaccato di aziende e professionalità differenti - spiega Roberta Caldara, presidente del gruppo Mmce Asseprim Bergamo - che non ha maturato una sua identità di settore e per questo necessita di una regia per valorizzare

le professionalità di alto profilo. Le realtà del settore sono proattive e collaborative per natura e metterle a sistema è il primo obiettivo. Per raggiungerlo investiremo sul confronto interno, allo scopo di sviluppare progettualità e stimolare la crescita. Ci proponiamo come punto di incontro tra le imprese e le società di consulenza e servizi».

In provincia 1.660 imprese

Sono 1.660, le aziende iscritte alla Camera di Commercio di Bergamo che fanno parte della categoria marketing, comunicazione, media ed eventi. Una rete che rappresenta solo l'1,6% delle aziende bergamasche ma che consente alle 90 mila imprese iscritte alla Camera di commercio orobica di rispondere a un principio fondamentale del mercato: «se non comunichi, non esisti».

Settore da 3.500 addetti

«Il settore impiega circa 3500 addetti - spiega Oscar Fusini, direttore di [Ascom Confcommercio Bergamo](#) - e realizza un fatturato di 110 milioni l'anno, sviluppato da imprese spesso di piccole dimensioni, molto specializzate e con competenze trasversali. Poche superano il milione di fatturato: alcune arrivano a tre milioni e raggiungono un tetto di 30 dipendenti. Salvaguardare la singolarità e l'importanza di servizi qualificati è la chiave per garantire una filiera ampia e diversificata». «La

presenza dell'Università - prosegue Caldara - ha aiutato. Aver introdotto sul territorio corsi specialistici in marketing e legati a mondo della comunicazione ha sviluppato competenze e creato risorse capaci e curiose di mettersi in gioco in un territorio a grande vocazione imprenditoriale e ricco di Pmi».

La galassia degli operatori

La fetta più ampia di operatori in provincia si conta tra i grafici (del web, del design, disegnatori): sono 465 (il 28% del totale). Seguono le agenzie di marketing e servizi pubblicitari (305), le agenzie di volantinaggio (243) e le imprese legate ai contenuti video-fotografici (214), passando per call center e ricerche di mercato (189), organizzatori di eventi (156), agenzie stampa e comunicazione (53) e attività di sostegno alle imprese (35).

Nell'occasione è stato presentato il nascente Osservatorio del marketing e della comunicazione della provincia di Bergamo, iniziativa del gruppo Mmce Bergamo realizzata con Format Research: i risultati dell'indagine saranno presentati nei prossimi mesi. È stata quindi lanciata anche a Bergamo la piattaforma di networking «serviziPROimpresa.it», «una vetrina - spiega Federico Speranza, segretario generale [Asseprim Confcommercio](#) - per promuovere i servizi professionali e facilitare il confronto tra le imprese in un panorama variegato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

The thumbnail shows the top part of the article page, including the title 'Marketing, cresce la filiera orobica' and a table titled 'Borsa' with columns for various market indicators and their values.



■ Caldara a capo
del network di
Ascom e Asseprim:
l'obiettivo è favorire
le collaborazioni