

ZENITH

Coccina

SEGNALibro
leggi, conosci e vi
La vendita
dei libri scolastici

**paperworld
CHINA**

EVENTI



UFC, la Marca al centro dell'interesse

Nella prestigiosa cornice del Country Club 'Il Molinetto', alle porte di Milano, si è tenuta lo scorso 10 luglio l'Assemblea Generale delle aziende Associate a UFC, Unione Fornitori Cancellaria, www.ufc.it, l'Associazione che da 34 anni è riferimento per i Produttori e i Distributori esclusivi del Settore della Cancellaria presenti in Italia.

L'Assemblea Generale annuale è stata l'occasione per ufficializzare il ritorno di Imation fra gli Associati UFC e, come d'abitudine, ha ripercorso il cammino degli ultimi dodici mesi, ha rilanciato i numerosi progetti e strumenti di informazione che gli Associati hanno a disposizione, prefigurandone quindi lo sviluppo e

l'ampliamento.

Negli ultimi mesi ha in particolare riscosso un grande successo il ciclo di incontri denominati "Laboratorio sul futuro", progetto elaborato da UFC per i propri Associati un anno fa e sviluppatosi da ottobre 2012 a giugno 2013. In questa occasione si sono anticipati di diversi mesi i tempi del dibattito nazionale su temi considerati oggi attualissimi.

Gli Associati hanno infatti approfonditamente esplorato insieme l'evoluzione/rivoluzione tecnologica della comunicazione e il conseguente nuovo necessario approccio del marketing delle Aziende di Marca alla comunicazione verso l'utente finale in chiave "multicanale".

Questi e molti altri aspetti –non ultima la lunga congiuntura negativa- compongono il panorama su cui si innesta il tema del

valore sempre fondamentale del Marchio industriale (di azienda, di prodotto, di linea di prodotto) all'interno delle logiche assortimentali dei diversi canali distributivi

E' stata infatti inoltre approfondita l'analisi delle caratteristiche dei nuovi canali emergenti, legati al web ma non solo, e dei cambiamenti in atto in tutti i canali di vendita tradizionali. Questi ultimi, seppure in modi differenti, stanno tutti trasformando la propria fisionomia, tutti condividendo una spiccata tendenza alla despecializzazione dei propri assortimenti. Su questi e su tutti i temi che l'attualità porta in primo piano, UFC fin dalla propria fondazione, 34 anni orsono, affianca gli Associati in chiave informativa e di analisi del mercato.