

Comunicato stampa, 2 settembre 2026

IL FUTURO DEL MARKETING B2B SI SCRIVE AD ANCONA: ALLA FACOLTÀ DI ECONOMIA G. FUÀ” IL SUMMIT INTERNAZIONALE DELL’IMP CONFERENCE

Organizzato dal Dipartimento di Management dell’UNIVPM con il patrocinio della Fondazione Universitaria per lo Sviluppo Imprenditoriale, il convegno riunisce circa 130 studiosi da 17 Paesi. La scelta della sede riconosce il percorso scientifico sviluppato dall’Ateneo

ANCONA – **Ancona per quattro giorni capitale internazionale del marketing business to business.** Sono **circa 130 gli studiosi**, provenienti da **17 Paesi e 53 università**, riuniti nel capoluogo marchigiano per la 42^a IMP Conference, l'appuntamento di riferimento europeo per lo studio delle relazioni tra imprese. Ospitato fino al 4 settembre dalla **Facoltà di Economia “Giorgio Fuà” dell’Università Politecnica delle Marche**, il summit ha aperto ieri i lavori con il Doctoral Colloquium dedicato a dottorandi e ricercatori, mentre oggi, mercoledì 2 settembre, si è svolta la prima delle tre giornate di confronto scientifico.

Promosso dall’**Industrial Marketing and Purchasing Group (IMP)** e organizzato dal **Dipartimento di Management dell’UNIVPM**, con il patrocinio della **Fondazione Universitaria per lo Sviluppo Imprenditoriale**, il convegno coinvolge alcuni dei maggiori esperti di business marketing. L'evento si inserisce nel solco dell'attività dell'IMP che, da oltre quarant'anni, analizza i sistemi complessi di scambio e collaborazione in cui operano le aziende adottando la prospettiva dell’"industrial network".

In particolare, l'edizione 2026, dal titolo *“Building a Sustainable World Through Business Relationships and Networks”*, guarda alle grandi sfide che stanno investendo il mondo produttivo. **Intelligenza artificiale, digitalizzazione, sostenibilità ed economia circolare, resilienza delle reti industriali e utilizzo delle risorse** sono affrontati per comprendere come questi cambiamenti stanno trasformando il modo di fare impresa.

L’IMP Conference è un appuntamento itinerante e la scelta di fare tappa ad Ancona premia il lavoro svolto negli anni dall’Ateneo marchigiano e dal Dipartimento di Management nel campo del business marketing. L’Università Politecnica delle Marche è stata infatti tra le prime in Italia a dotarsi di un insegnamento in “Marketing business-to-business”. Un’attività accademica cresciuta anche grazie al costante dialogo con il tessuto produttivo, attraverso studi e collaborazioni con player di primo piano come **Loccioni, Techfem, Terna, Webuild, GoldenPlast e Cooperlat**.

«Le attività commerciali tra imprese (B2B) sono molto più importanti, in termini quantitativi, rispetto a quelle rivolte direttamente al consumatore finale (B2C) – sottolinea il **Prof. Gian Luca Gregori, presidente della Fondazione Universitaria per lo Sviluppo Imprenditoriale e già Rettore dell’UNIVPM** –. Il B2B include qualsiasi rapporto economico tra aziende, a partire dagli accordi tra produttori e grande distribuzione. Per molto tempo le specificità di questo mercato sono state trascurate, applicando in modo inefficace modelli e strumenti propri del business to consumer. Operare nel business-to-business richiede invece un approccio specifico, fondato sulla fiducia e su relazioni che si costruiscono nel tempo».

«Oggi nessuna impresa può raggiungere i propri obiettivi da sola: deve necessariamente confrontarsi con clienti, fornitori, partner e istituzioni – spiega il **Prof. Andrea Perna, direttore del Dipartimento di Management e Conference Chair** –. È questa la prospettiva con cui studiamo le trasformazioni in atto, partendo dai contesti industriali concreti per fornire ai manager strumenti utili a governare la complessità e prendere decisioni efficaci. Ospitare ad Ancona la IMP Conference è per noi motivo di grande orgoglio e rappresenta un riconoscimento della fiducia che la comunità scientifica internazionale ripone nella Politecnica delle Marche, nel nostro Dipartimento e nel gruppo di ricerca che vi opera. Portare nel capoluogo marchigiano studiosi da tutto il mondo è il risultato di un lungo percorso e di un grande lavoro di squadra».

La portata internazionale dell'evento emerge anche dai numeri: **oltre 220 autori coinvolti da 24 Paesi e cinque continenti, con circa 100 contributi** discussi nelle diverse sessioni. Tra le nazioni maggiormente rappresentate figurano Svezia, Finlandia, Italia e Polonia, con studiosi provenienti, tra le altre, da Uppsala University, University of Oulu, Royal Institute of Technology, Tampere University, Poznań University of Economics and Business, Università Cattolica del Sacro Cuore, Università degli studi di Firenze, Aalto University, Örebro University, e Chalmers University of Technology.

Il programma proseguirà fino a venerdì 4 settembre. Tra gli appuntamenti, giovedì 3 settembre è previsto il *Meet the Editors*, occasione di confronto con i rappresentanti di alcune delle principali riviste scientifiche del settore: *Industrial Marketing Management*, *Journal of Business & Industrial Marketing*, *Journal of Business Research* e *Journal of Purchasing and Supply Management*.

Info per la Stampa:

Alessandra Napolitano

MORETTI
COMUNICAZIONE

Cell: 3333547875

alessandra.napolitano@moretticomunicazione.eu