

Comunicato stampa, 4 settembre 2026

MARKETING B2B, AD ANCONA SI CHIUDE LA IMP CONFERENCE, IL PROF. GREGORI: «DIGITALIZZAZIONE E AI CAMBIANO I MERCATI, VINCE CHI FA RETE»

Circa 130 studiosi da 17 Paesi e un centinaio di contributi scientifici al summit internazionale ospitato alla Facoltà di Economia “Giorgio Fuà” dell’Università Politecnica delle Marche

ANCONA – Innovazione, digitalizzazione, internazionalizzazione e sostenibilità sono sfide che nessuna impresa può affrontare da sola. A fare la differenza è la capacità di costruire relazioni solide e durature all’interno dei network in cui le aziende operano. È il concetto chiave che è emerso dalla 42^a IMP Conference, il summit internazionale dedicato al marketing business-to-business che si è concluso oggi, venerdì 4 settembre, alla Facoltà di Economia “Giorgio Fuà” dell’Università Politecnica delle Marche.

Per quattro giorni Ancona ha riunito circa 130 studiosi provenienti da 17 Paesi e 53 università. Un centinaio i contributi presentati nelle diverse sessioni, dedicate ai cambiamenti che l’intelligenza artificiale, l’economia circolare e i nuovi scenari globali stanno portando nei mercati industriali e nelle catene di fornitura.

I lavori hanno evidenziato come l’introduzione delle nuove tecnologie vada accompagnata da un’evoluzione delle professionalità, dei modelli organizzativi e delle strategie aziendali. Un’indicazione particolarmente significativa per le Marche, dove il tessuto produttivo è composto in larga parte da piccole e medie realtà inserite in filiere nazionali e internazionali.

«Siamo travolti da uno tsunami fatto di digitalizzazione e intelligenza artificiale, che cambierà profondamente il modo di fare business – sottolinea il Prof. Gian Luca Gregori, presidente della Fondazione Universitaria per lo Sviluppo Imprenditoriale e già Rettore dell’UNIVPM –. Per governare questa trasformazione, le aziende devono rafforzarsi sul piano organizzativo e integrare le capacità tecniche con competenze commerciali e di marketing. Servono strumenti come il CRM, ma soprattutto una visione capace di tradursi in piani strategici e industriali, anche in uno scenario caratterizzato da una sempre maggiore imprevedibilità».

Rendere le imprese più strutturate, secondo Gregori, significa anche aumentare la capacità del territorio di trattenere o richiamare profili qualificati. «Molti laureati sarebbero disponibili a tornare nelle Marche. Non è soltanto una questione di retribuzione: cercano opportunità di crescita, ruoli con responsabilità e sfide con cui misurarsi. Il nostro sistema produttivo si deve evolvere, aprirsi maggiormente alle competenze manageriali e costruire percorsi nei quali giovani, università e aziende possano lavorare insieme».

Promossa dall’Industrial Marketing and Purchasing Group e organizzata dal Dipartimento di Management dell’UNIVPM, con il patrocinio della Fondazione Universitaria per lo Sviluppo Imprenditoriale, la Conference ha coinvolto studiosi senior, dottorandi e post-doc, favorendo il confronto tra differenti generazioni della comunità scientifica.

«Da Ancona parte un'attenzione ancora più forte verso il business marketing e verso il contributo che questa disciplina può offrire alle aziende – afferma il Prof. Andrea Perna, direttore del Dipartimento di Management dell'UNIVPM e Conference Chair –. Internazionalizzazione, innovazione e trasformazione digitale richiedono collaborazioni solide e continuative: per affrontare processi così complessi è necessario fare rete tra imprese e creare sinergie con fornitori, clienti e altri attori, condividendo conoscenze e competenze. I lavori presentati in questi giorni ci consegnano idee, stimoli e modelli che continueremo a sviluppare e a diffondere nella comunità scientifica e nel mondo produttivo».

La scelta di Ancona come sede dell'edizione 2026 riconosce il percorso sviluppato dal Dipartimento di Management tra i primi in Italia a istituire un insegnamento dedicato al marketing B2B. Un'esperienza, frutto di un'intuizione del prof. Gregori, avviata circa vent'anni fa e cresciuta attraverso lo studio dei processi industriali e il dialogo con il mondo produttivo, anche grazie alle collaborazioni con realtà come Loccioni, Techfem, Terna, Webuild, GoldenPlast e Cooperlat.

Aperta il 1° settembre con il Doctoral Colloquium rivolto a dottorandi e giovani ricercatori, la Conference ha ospitato anche il "Meet the Editors", una preziosa vetrina per relazionarsi con i rappresentanti di alcune delle principali riviste scientifiche internazionali del settore.

Info per la Stampa:

Alessandra Napolitano

MORETTI
COMUNICAZIONE

Cell: 3333547875

alessandra.napolitano@moretticomunicazione.eu