LETTERA AGLI ABBONATI ED AI SOCI DELLA SOCIETÀ ITALIANA DI MARKETING

Con l'anno 2010 la rivista Mercati & Competitività inizia il suo sesto anno di vita. Dal 2005 ad oggi la rivista ha pubblicato 121 articoli di studiosi afferenti a tutte le principali Scuole di Marketing italiane. In essa hanno scritto oltre 190 studiosi, anche appartenenti a gruppi di ricerca internazionali. Sono stati curati 15 temi di ricerca monografici e attraverso il Forum di Marketing docenti, managers e consulenti aziendali hanno alimentato dibattiti su importanti tematiche inerenti le strategie di mercato. In breve la Rivista si è affermata nell'Accademia Italiana come un importante punto di riferimento per gli studiosi di marketing e – più in generale – di management. Il merito di tutto questo è da attribuire al coraggio ad alla intraprendenza dei fondatori della Rivista, Riccardo Varaldo e Gianpiero Lugli i quali, oltre a dare vita alla Società Italiana di Marketing, hanno avviato la rivista *Mercati & Competitività* con l'intento di "farne da un lato uno strumento privilegiato della sua politica culturale e scientifica, da un altro una sede aperta al dibattito dei problemi di analisi, comprensione e gestione del mercato che sono al centro dell'attenzione delle imprese italiane, in quanto impegnate a competere in contesti sempre più aperti, dinamici, complessi" (Varaldo, Editoriale *M&C n. 0/2004*). Era obiettivo dei fondatori e dei colleghi co-direttori, Umberto Collesei, Gianni Cozzi e Enrico Valdani, coinvolgere attraverso la rivista un vasto e composito gruppo di autori e lettori e con essi contribuire a diffondere consapevolezza sul ruolo, l'importanza, l'etica e la deontologia del "vero marketing" scientificamente fondato e correttamente applicato. Si tratta di un'istanza anzitutto accademica, orientata a fornire alla comunità scientifica un canale editoriale ispirato ai criteri della trasparenza e della peer-to-peer review. Una palestra, insomma, per facilitare la transizione dei percorsi di ricerca verso un modello aperto e auspicabilmente sempre più internazionale. Il progetto,

Copyright © FrancoAngeli
N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.

inoltre, è particolarmente rilevante per le imprese italiane, soprattutto quelle di piccola e media dimensione, per le quali il sostegno e lo sviluppo della competitività passa attraverso il fatto che il mercato entri nelle loro strategie consentendo un salto di qualità nelle modalità di rispondere alle aspettative di clienti e consumatori.

È un onore ed una grande responsabilità oggi per me ed i colleghi Fabio Ancarani, Francesco Casarin, Daniele Dalli e Simone Guercini assumere la Direzione della *Rivista Mercati & Competitività*. È nostro obiettivo continuare a perseguire gli obiettivi definiti in origine dai Fondatori della rivista e contribuire ad accrescere la visibilità e la diffusione della stessa, cercando di rendere sempre più ampiamente conosciuti ed apprezzati, sia a livello nazionale che a livello internazionale, i numerosi e qualificati studi svolti dagli studiosi italiani impegnati in attività di ricerca in Italia ed all'estero, anche in collaborazione con colleghi stranieri.

La realtà economico-industriale italiana è ricca e vivace e, da sempre, è stata oggetto di grande attenzione da parte di studiosi appartenenti a vari contesti internazionali. È nostro obiettivo che la rivista si faccia portavoce delle peculiarità e distintività delle strategie di mercato delle imprese italiane, soprattutto di quelle impegnate in settori industriali che ci qualificano in modo particolare a livello internazionale. In questo senso la rivista *Mercati & Competitività* vuole dunque diventare un importante strumento di conoscenza per chi voglia meglio comprendere le realtà degli studi e delle prassi del marketing nelle imprese del nostro Paese, al fine di avviare progetti di ricerca e di confronto internazionale, attività di supporto strategico e direttive di economia e politica industriale. Nel contempo è nostro obiettivo alimentare e diffondere la conoscenza sugli aspetti più innovativi e critici che interessano la disciplina di marketing e che impattano sulla sua evoluzione, lasciando spazio a contributi che concorrano ad aprire le prospettive ed a intraprendere nuovi percorsi di studio e ricerca.

In conclusione, teniamo a rilevare che il successo della Rivista va associato all'entusiasmo ed alla collaborazione che hanno dimostrato tutti i colleghi dell'area di Marketing e, più in generale, di Economia e gestione delle imprese, i quali sono stati numerosi ed attivi sia come autori che come costruttivi valutatori dei papers candidatisi per la pubblicazione. Ci auguriamo che questo entusiasmo e questa collaborazione proseguano e crescano ulteriormente in futuro, anche attraverso la proposta di curare sezioni tematiche che concorrano a perseguire gli obiettivi sopra prefissati.

Annalisa Tunisini marzo 2010

Copyright © FrancoAngeli
N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.