

A stylized, light blue illustration of a plant with several leaves and small circular buds, positioned on the left side of the slide.

PUBBLICHE RELAZIONI & BUSINESS:

Quando la reputazione
incrementa i
risultati aziendali

A stylized, light blue illustration of a plant with several leaves and a cluster of small, round buds or flowers, positioned on the left side of the slide.

PUBBLICHE RELAZIONI

«Le pr sono assai più che i rapporti
con la stampa, sono un sistema di vita.
Ogni azienda nasce con il permesso
del pubblico e vive con il suo
consenso».

Arthur W. Page

Le Pubbliche relazioni sono le attività necessarie a creare, sviluppare e gestire sistemi di relazioni con pubblici influenti per il raggiungimento degli obiettivi perseguiti da singoli, aziende, enti, associazioni, amministrazioni pubbliche, organizzazioni.



COSA SONO LE PUBBLICHE RELAZIONI

Attorno all'azienda ruotano gli Stakeholder che sono i portatori di interesse.

PressCom apre e gestisce le relazioni con e per te.



Perché Pubbliche relazioni

Reputazione

Pubbliche
relazioni

Visibilità

Relazioni con
Stakeholders

Il metodo PressCom

Nella gestione dell'attività di pubbliche relazioni PressCom adotta 7 principi introdotti dalla filosofia di Arthur Page



Il metodo PressCom

I 7 valori che ispirano
PressCom possono
essere così definiti:

1- Dire la verità

Comunicare al
pubblico la reale
identità dell'azienda,
compresi ideali, valori,
progetti.



Il metodo PressCom

2- Ascoltare il cliente:

Capire cosa cerca il target dell'azienda e comprenderne i bisogni, significa poter veicolare un'informazione attenta e incisiva.



1. Obiettivo
2. Target
3. Contenuto
4. Budget



Il metodo PressCom

3- Condurre le pr come se l'azienda dipendesse da queste

Mettere la comunicazione di impresa in sinergia con la strategia aziendale e con i suoi obiettivi di business



Il metodo PressCom

4- Gestire il domani:

Creare una buona reputazione che duri nel tempo, eliminando o riducendo gli elementi di disturbo (anticipando le reazioni del pubblico).



Il metodo PressCom

5- Dimostrare con le azioni

L'azienda comunica molto di più attraverso ciò che fa (tramite le parole).

PressCom offre una visione completa della mission dell'azienda e delle azioni effettivamente compiute.



Il metodo PressCom

6- Il carattere della società è espresso dal suo popolo

La maggior parte dei
pareri riferiti ad
un'azienda dipendono
dall'operato dei suoi
dipendenti



Il metodo PressCom

7- Pazienza e buon umore

Le basi per costruire
un buon rapporto con
gli operatori dei media
sono:

- attenzione
- carisma
- coerenza
- continuità
- chiarezza



Valutazione dei risultati ottenuti con le Pr

Attraverso la Press-analysis, PressCom è in grado di valutare in maniera esaustiva l'efficacia dell'attività di Pubbliche Relazioni per ciascuna realtà aziendale.

La valutazione verte su:

- Risultati quantitativi
- Risultati qualitativi
- Comparazione rispetto a pianificazione pubblicitaria
- Analisi autorevolezza articolo



Costo per contatto



Analisi quantitativa dei risultati ottenuti

Esempio:

- Numero Totale Uscite annue;
- Numero totale lettori per testata;



Analisi qualitativa dei risultati ottenuti

CORRIERECONOMIA

CORRIERE DELLA SERA

La storia/Alimentare

Il pollo biologico si mangia la crisi

Fileni e gli altri: +18% in sei mesi



Ecologia
Roberta
Fileni: il
gruppo
punta
forte
sul «bio»

Non volano di certo come le aquile, ma negli ultimi anni polli e tacchini biologici planano sempre più spesso sulle tavole degli italiani. Lo confermano i dati del settore relativi al primo semestre 2010, dove spicca un incremento dei consumi di carni bianche biologiche pari al 18%, rispetto allo stesso periodo del 2009. Insomma, la crisi non sfiora affatto il comparto.

Protagonista di questa performance economica è «Fileni», tra le prime aziende italiane nella produzione di carni avicole biologiche e tra le principali in Europa.

«In verità il mercato è ripartito nel 2007 — esordisce Roberta Fileni, direttore marketing dell'impresa marchigiana e vice presidente del Consorzio Almaverde Bio —. Prima ci sono stati tre anni difficili, dove il consumatore non riusciva a trovare facilmente una risposta adeguata alle sue esigenze alimentari. Alla fine c'è stata una selezione naturale delle aziende. E sul mercato sono rimaste solo quelle che hanno saputo realizzare una produzione bio capace di individuare le necessità dei consumatori in termini di qualità e proposta commerciale». Così oggi l'azienda marchigiana

raccoglie i frutti della sua capacità di innovare e diversificare la produzione. Perché da tempo non distribuisce più solo prodotti tradizionali, come petto, ali e cosce di pollo, ma anche hamburger, spiedini, cotolette e crocchette.

«Negli ultimi tre anni il trend di crescita del settore ci ha sempre premiati — continua Roberta Fileni —. Tanto da permetterci di realizzare aumenti di fatturato a due cifre.

Ma a contribuire a questa performance così tumultuosa è stata anche la forte difficoltà che stanno vivendo i nostri concorrenti. Guardiamo al futuro con grande ottimismo. Al punto che per incrementare i volumi di produzione e la nostra quota di export, pari al 5,8%, prevediamo di investire 500 mila euro, entro il 2011,

nella progettazione di due nuovi allevamenti, da aggiungere ai 35 già esistenti». A stimolare lo sviluppo degli investimenti sono anche i segnali che arrivano dai principali paesi clienti dell'azienda agroalimentare fondata nel 1978. Nei primi sei mesi del 2010, infatti, la domanda di prodotti biologici da parte di Belgio, Germania, Olanda, Grecia e Olanda è cresciuta del 13%.

MICHELE AVITABILE

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Esempi:

- Numero Totale delle volte in cui il nome dell'Azienda o del prodotto appare sul titolo dell'articolo;
- Numero totale delle foto dell'Azienda o del prodotto;
- Numero Totale degli articoli che hanno come unico tema l'Azienda o il prodotto.

Analisi comparativa

Questa analisi consente di confrontare l'entità dell'investimento in Pubbliche Relazioni rispetto a quella per la Pianificazione pubblicitaria.

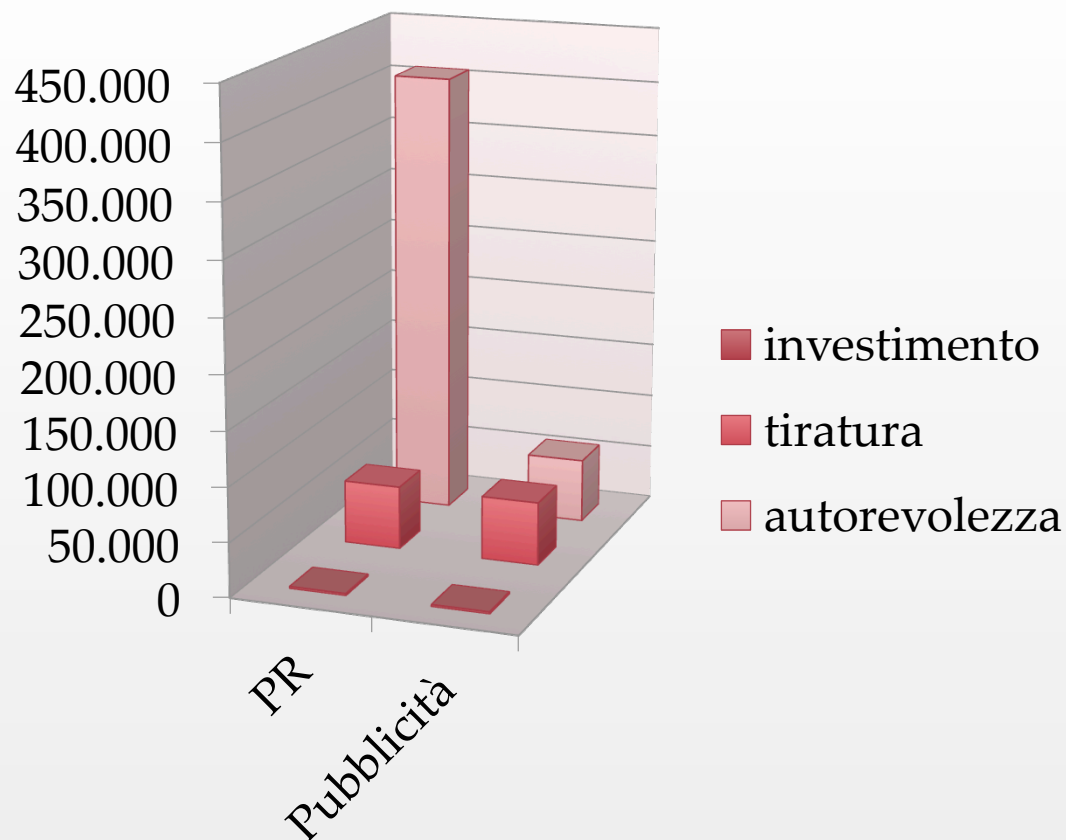


Analisi autorevolezza articolo

Gli Anglosassoni hanno elaborato un sistema per calcolare il **valore economico «reale»** derivante dall'uscita di un articolo.

Hanno stimato che la reputazione che un'Azienda o un prodotto guadagna attraverso l'uscita di un articolo è **7 volte superiore** rispetto a quella ottenuta acquistando uno spazio pubblicitario.

Pertanto per ottenere il valore economico reale di un articolo, si dovrebbe moltiplicare per 7 il numero corrispondente all'investimento in pubblicità per lo stesso spazio.



Costo per contatto

Il Costo per contatto è l'investimento da sostenere in pubblicità o pubbliche relazioni suddiviso per tutti i contatti raggiunti.

Utilizzando il metodo anglosassone, è possibile individuare una stima del Costo per contatto che si dovrebbe sostenere per raggiungere lo stesso numero di destinatari attraverso l'attività di Pr e di pubblicità

Investimento in Pr
Tiratura X 7

Costo contatto Pr

Investimento in Adv
Tiratura

Costo contatto Adv

A parità di investimento, il valore economico dei contatti raggiunti con le Pr è 7 volte maggiore rispetto a quello della pubblicità.

Esempio: Analisi autorevolezza articolo Crearete

29 Aprile 2011

IL MONDO



DOSSIER

MARCHE

CONFINDUSTRIA IL LEADER REGIONALE, PAOLO ANDREANI, OTTIMISTA SULLA RIPRESA MA CRITICO CON LE ISTITUZIONI

Il peggio è alle spalle

Il sistema produttivo marchigiano si sta gettando alle spalle le conseguenze della crisi. Ne è convinto il presidente della Confindustria Marche, Paolo Andreani, forte dei numeri più recenti sulla produzione industriale, l'attività commerciale, le vendite sul mercato interno, le esportazioni. Sono la meccanica, il calzaturiero e l'agroalimentare a trainare il ritorno degli ordini. Anche se, lamenta il leader degli industriali, scarso è stato l'aiuto delle istituzioni.

Domanda. Si può dunque essere ottimisti sulla ripresa dell'economia marchigiana?

Risposta. Sta sicuramente proseguendo la fase di recupero. Nel quarto trimestre del 2010 la produzione industriale è cresciuta del 3,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, i settori che hanno registrato le migliori performance sono stati la meccanica, il calzaturiero e l'alimentare. Gli stessi che, come prevedono gli operatori, andranno meglio anche quest'anno. L'attività commerciale, inoltre, è cresciuta del 3,3% nell'ultimo trimestre del 2010 rispetto al 2009 e le vendite sul mercato interno sono aumentate del 2,5%, con le esportazioni regionali salite dell'11,2% in un anno, sia pure al di sotto della media nazionale.

D. Ritiene che il governo regionale abbia fatto la propria parte?

R. Le iniziative delle istituzioni sono state concentrate soprattutto sul fronte degli ammortizzatori sociali, del rafforzamento delle garanzie per favorire l'accesso al credito, degli incentivi al consumo in alcuni settori. La tendenza è a confidare molto sul-

la capacità di ripresa autonoma e generalizzata delle imprese, che invece andrebbe sostenuta e incoraggiata. Pur nella consapevolezza delle difficoltà in cui versa la finanza pubblica abbiamo chiesto alle istituzioni di mettere al centro delle loro politiche l'impresa. Noi proponiamo di porre in cima all'agenda politica la crescita e la competitività. La pressione fiscale sui lavoratori e le imprese è la più alta d'Europa per cui riteniamo serva un'urgente riforma fiscale e più attenzione a ricerca e innovazione allo scopo di elevare la competitività del sistema. Abbiamo individuato come prioritari proprio gli interventi per l'innovazione e la ricerca, oltre che le iniziative in favore dell'internazionalizzazione e delle infrastrutture.



Paolo Andreani

D. Se lei fosse presidente della Regione Marche per un giorno, quale provvedimento adotterebbe per rilanciare l'economia?

R. Uno solo non basterebbe. E allora varerei misure per favorire l'assunzione dei giovani, visto che questo problema è ancora rilevante. Diminuirei, inoltre, il carico fiscale, strizzando l'occhio, come si dice, anche alle infrastrutture. Grande preoccupazione ci deriva poi dagli effetti della recente alluvione che renderà più difficoltosa la ripresa.

D. Il Consiglio regionale è sceso sul piede di guerra per quanto inserito nel Milleproroghe...

R. Certo, con questo provvedimento, il governo addossa esclusivamente alla Regione la raccolta delle risorse necessarie con ulteriore aggravio della pressione fiscale sui cittadini e sulle imprese.

Pietro Romano

INCENTIVI IN ARRIVO PER CHI FA NETWORK

Società sull'orlo di una Rete

Sviluppare network mantenendo la propria individualità. È il nuovo trend che si sta diffondendo tra le imprese che sentono l'esigenza di aggregarsi per affrontare un mercato che si fa sempre più complesso. Finora sono 41 in Italia le esperienze di contratto di rete (230 aziende coinvolte) e anche nelle Marche ne è appena nata una. Si chiama **Crearete** e coinvolge quattro aziende: **Mpa** (consulenza legale), **Nautes** (web agency), **PressCom** (comunicazione) e **Tradefin** (finanziamenti e

progetti europei). La particolarità di **Crearete** (nella foto il gruppo dei promotori) è la sua specializzazione nell'offerta di servizi e consulenza destinata proprio alle aziende che puntano a unirsi. Come per dire, ci troviamo talmente bene che vogliamo spiegare agli altri come si fa. La gamma dei servizi offerta va dalla consulenza societaria e legale, anche in ambito internazionale, alle campagne di comunicazione e di digital pr, dai servizi di e-commerce a quelli per l'accesso al credito e alla finanza agevolata



anche tramite fondi europei. Il contratto di rete è stato introdotto in Italia nel 2009 e nel nostro Paese sono previste almeno altre 20 iniziative. Una vivacità giustificata anche dai nuovi incentivi in arrivo. Nei giorni scorsi, infatti, è stato annunciato il via libera di Bruxelles per agevolazioni fiscali per un totale di 20 milioni solo per il 2011.

GRANDE SINERGIA

ENERGYRESOURCES S.p.A.
Sede Legale - c.so Italia, 13 | Milano
Sede operativa - V.L. Sione 10 | Jesi AN
T. +39 0731 61.68.11 | F. +39 0731 61.68.91
www.tontarelli.it

ENERGY
RESOURCES
costruiamo il futuro sostenibile



tontarelli
gruppo energetico

GRUPPO TONTARELLI
Via Camerano, 5 | Castelfidardo | AN
T. +39 071 721971
www.tontarelli.it

Gruppo Tontarelli

Castelfidardo | AN

7.300 kWp

moduli Q.CELLS

su pensiline e coperture

IL PIU' GRANDE
IMPIANTO
TOTALMENTE
INTEGRATO
DEL MONDO



Esempio: Analisi autorevolezza articolo Crearete

- Articolo Crearete = spazio pari ad un terzo dell'intera pagina pubblicitaria
- L'acquisto di uno spazio pubblicitario di un'intera pagina su «Il Mondo» comporta un investimento di Euro 6.000,00 pari a Euro 2.000,00 per l'acquisto di un terzo della stessa pagina.

Utilizzando il metodo anglosassone si stima che l'autorevolezza dell'articolo ha valore:
Tiratura X 7 =
 $58.228 \times 7 = 407.596$

Mentre il Costo per contatto, a parità di investimento, è molto inferiore per l'attività di Pr rispetto alla pubblicità:

$$\text{Costo Contatto Pr} = \frac{\text{investimento Pr}}{\text{tiratura} \times 7} = \frac{2.000,00}{407.596} = 0,004$$

$$\text{Costo Contatto Adv} = \frac{\text{investimento Adv}}{\text{tiratura}} = \frac{2.000,00}{58.228} = 0,03$$

Case history Trevalli

Pubbliche relazioni con Stakeholders



Territorio

Clienti

Media

Fornitori

Istituzioni

Dipendenti

S
T
A
K
E
H
O
L
D
E
R
S

Attività di Pubbliche Relazioni

- *Testata:* Dove
- *Settore:* Turismo – enogastronomia
- *Periodicità:* mensile
- *Tiratura:* 176.952



- *Azienda:* Trevalli
- *Prodotto:* formaggio di fossa S.ta Caterina

I soggetti coinvolti



L'inchiesta di



mix inediti: formaggio e verdura

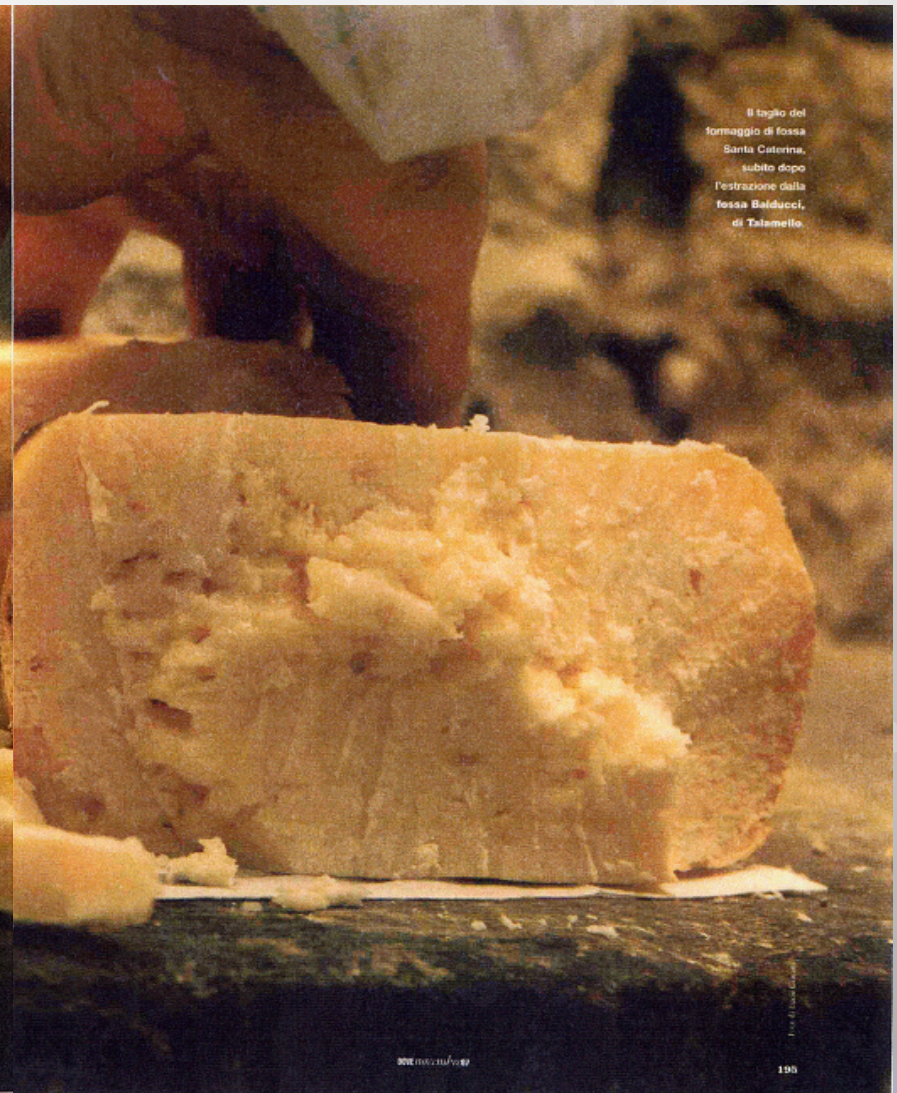
Tre mesi a stagionare sottoterra, fra Emilia e Marche. Poi, a novembre, il prezioso pecorino è pronto per essere gustato: meglio se con radicchio e tartufo. È il momento ideale per una spedizione gastronomica, tra case di campagna e botteghe. Per divertirsi e fare una scorta sottovuoto

A tutta Fossa

Viaggio consigliato in: long weekend

134

www.corriere.it



Il taglio del formaggio di fossa, Santa Caterina, subito dopo l'estrazione dalla fossa Balducci, di Talamello.

Foto: E. Rossi

www.corriere.it

135

L'INCHIESTA DI

Dove, rivista mensile che si occupa di turismo, viaggi, tempo libero e cultura, propone un'inchiesta di 15 pagine incentrata sull'eccellenza del *formaggio di fossa Santa Caterina*.

Le prime 5 pagine mostrano grandi fotografie a colori del formaggio, di una fossa di estrazione e di una rustica Locanda del Trecento in cui trovare ospitalità.

L'INCHIESTA DI DOVE

Dove propone un itinerario che attraversa la zona di Montefeltro:

- **Talamello** – *Ospitalità e Cultura*

Locanda dell'Ambra (ristorante e punto vendita prodotto)

Cappella Gotica affrescata – storia chiesa universale

Museo Pinacoteca Fernando Gualtieri.

- **San Leo** – *Storia e tipicità*

Rocca, luogo mitico e leggendario

Tipicità proposte da Ristoranti e punti vendita in zona

- **Perticara** - *Territorio e tradizione*

Museo Storico Minerario

Evento infossatura

Miniera di zolfo più grande d'Europa

Ospitalità in B&B

- **Pennabilli** – *Arte ed enogastronomia*

Residenza di Tonino Guerra

Ristoranti e ricette tipiche

Ospitalità

L'INCHIESTA DI DOVE

Gli aspetti approfonditi:

- Territorio e cultura

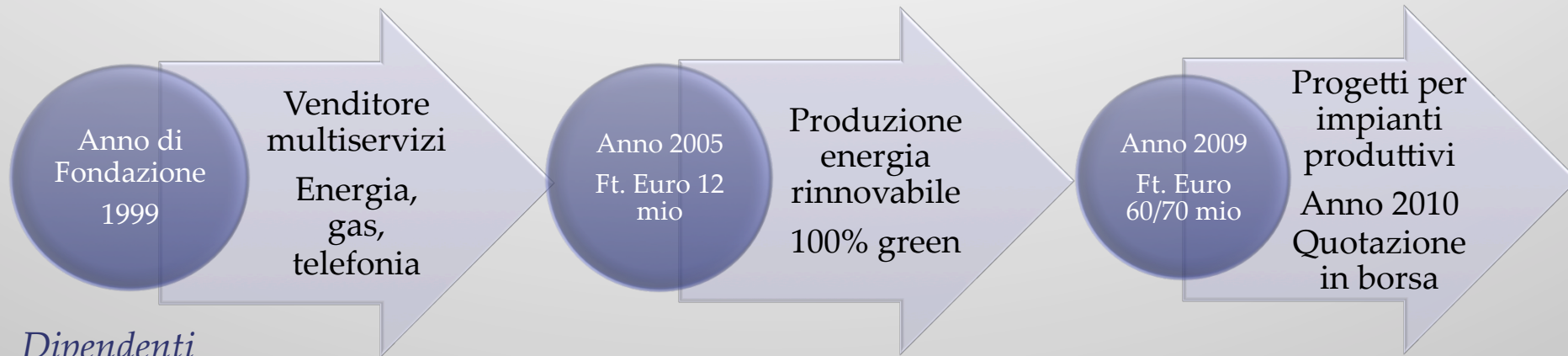


- Caratteristiche e tenutari di fosse
- Opinion leader nazionali (Peck Milano)
- Tipicità della zona e ricette tradizionali



- Luoghi in cui trovare o

Case history



Dipendenti

I dipendenti dell'azienda, in questo percorso di sviluppo, sono passati da circa 7 a 24.

Fatturato

Il fatturato del 2005 è passato da 12 milioni a circa 65 milioni di Euro nel 2009.

L'azienda si è quotata in borsa nel marzo 2010, stringendo importanti relazioni con Banche e Istituti finanziari.

Sviluppo

Fintel si sta attivando nella produzione di energia anche in Serbia.

Il Ministro dell'Economia serbo Dindic ha fatto visita al campo fotovoltaico di Pollenza.

Case history

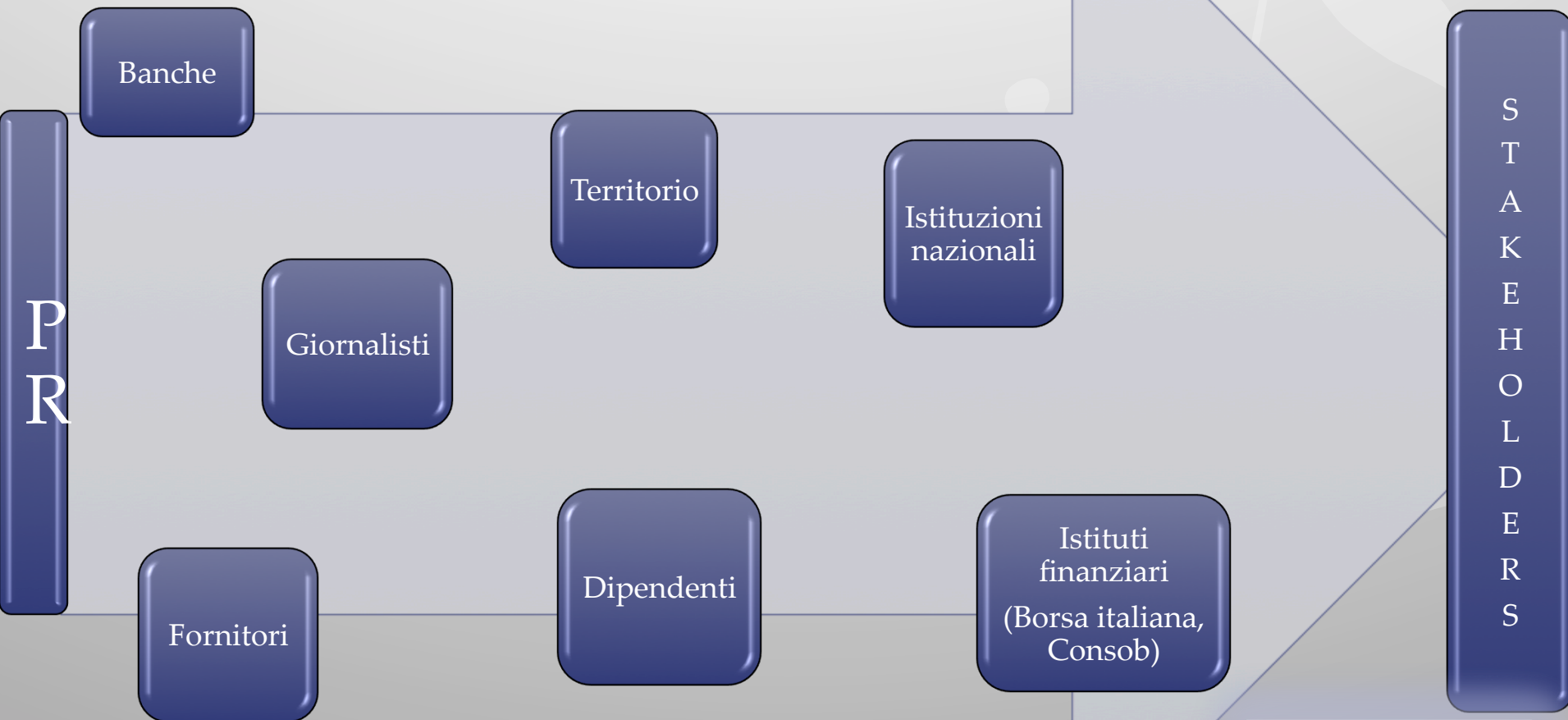


Impianti fotovoltaici realizzati
da Fintel nella Provincia di Macerata



Impianto eolico in progetto per la Serbia

Case history



Case history



Ecco alcune uscite realizzate negli anni grazie all'attività di Pubbliche Relazioni

Debutto boom per Fintel all'Aim

Giovani/Vogel

Un debutto da record. Il gruppo Fintel, nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

LA STRATEGIA

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Green Economy
Sole e vento spingono Fintel

Il piano quinquennale di sviluppo industriale e commerciale di Fintel Energy Group, l'azienda leader italiana di energia rinnovabile, è stato presentato in una conferenza stampa a Milano. Il piano prevede un investimento di 1,5 miliardi di euro in impianti di energia rinnovabile, con un obiettivo di 10.000 MW di capacità installata entro il 2015. Il piano prevede un investimento di 1,5 miliardi di euro in impianti di energia rinnovabile, con un obiettivo di 10.000 MW di capacità installata entro il 2015.

LA STRATEGIA
Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

IL MONDO
NUOVI PARCAI FINTEL DOPO L'EL LECTRO

Il gruppo Fintel ha annunciato l'acquisto di un parco fotovoltaico in Italia, con un investimento di 1,5 miliardi di euro. Il parco fotovoltaico sarà composto da 10.000 MW di capacità installata entro il 2015. Il parco fotovoltaico sarà composto da 10.000 MW di capacità installata entro il 2015.

L'ECONOMIA BERGAMASCA

Sbarca nell'Aim il gruppo marchigiano dell'energia che ha inglobato la bergamasca Resa In febbraio l'approdo di Fintel in Borsa

La decisione sarà presa entro la fine del mese, quando si terrà l'incontro con Borsa Italiana per il via libera definitivo, ma alla Fintel sono pronti per lo sbarco sull'Aim Italia (Alternative Investment market). Il mercato della Borsa di Milano riservato alle piccole imprese, che avverrà, con tutta probabilità, in febbraio. Un'operazione importante per il gruppo marchigiano che nel 2008 ha acquistato l'azienda Resa di Bergamo, con sede in via Biancamano, distributrice di energia elettrica e gas metano a una quarantina di comuni della nostra provincia, con un portfolio clienti di 100 mila e un valore di 50 milioni di euro. L'azienda cittadina oggi - spiega l'amministratore delegato di Fintel Multiservizi Tiziano Giovannetti - è ormai incorporata nel tutto in Fintel e nella bergamasca conta 6 Fintel Point, cioè punti vendita del prodotto per la gestione dell'assistenza tecnica.



Tiziano Giovannetti

L'approdo in Borsa era già stato ventilato alla fine del 2008, proprio dopo l'acquisizione della Resa, ma - visti anche i tempi di crisi - un caso riservato a tempi meno turbolenti. Ora, dopo che l'energia elettrica è alla volta, il progetto di quotazione del gruppo Fintel è ora alle battute finali, ed è prevista a breve l'introduzione

del gruppo Fintel, nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

DEBUTTANTI Pms e Poligrafica Printing sono appena sbarcate sul mercato non regolamentato. Un'altra società esordirà il 23 marzo. E in rampa di lancio ce ne sono almeno altre sette, dall'immobiliare all'arredamento, alla finanza

Che traffico nell'Aim Italia

di Luisa Leone

Il debutto di Fintel in Borsa è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

Il gruppo Fintel è nato da una fusione di due società, ha debuttato in Borsa il 23 marzo, con un rialzo del 10,5 per cento. Il titolo è salito da 1,50 a 1,65 euro. Per il debutto, il gruppo ha emesso 10 milioni di azioni a 1,50 euro. Il debutto è stato preceduto da una campagna di marketing che ha visto il gruppo Fintel apparire su tutti i principali canali di comunicazione.

I NUMERI DEI TITOLI QUOTATI SULL'AIM

	2009 n° quotati	2010 n° quotati	var. %
Poligrafica Printing	1.645.230	1.671	10,16%
Pms	1.645.230	1.671	10,16%
Poligrafica Printing	1.645.230	1.671	10,16%
Pms	1.645.230	1.671	10,16%
Poligrafica Printing	1.645.230	1.671	10,16%
Pms	1.645.230	1.671	10,16%



Grazie per l'attenzione!

