



## ROTARY CLUB

MILANO PORTA VERCELLINA

### BOLLETTINO DEL CLUB

Bollettino n° 17 - 2004/2005  
Conviviale del 20 Dicembre 2004

Presidente **Giorgio Crivelli**  
Segretario **Mario Massone**

**Relatore:** Dott. Robert Lasagna

**Tema:** “La comunicazione: un mezzo o un fine?”

#### Presenti:

Alberti de Mazzeri (8)= Allamprese (12)= Allegreni (10+1)= Bana (10)= Barrow (7)= Bega (10)= Bifulco (6+1)= Brambilla (8)= Brioschi (7)= Calimani (14)= Candiani (15)= Capellaro (12)= Carlesi Manusardi (13)= Cassina (13+1)= Cerutti (6)= Collavo (17)= Costa (12)= Crivelli (16+1) e Signora= Dodero (9+3)= Forti (12)= R. Galimberti (10)= Lucchetti (8)= Mangano (8)= Mastracchio (7)= Menafoglio (9+3)= Mezzetti (13)= Molteni Corbellini (15)= Motta (17)= Pansarella (11)= Pedroni (14+1)= Perrino (10)= Pezzano (12)= Poretto (10)= Scapini (10)= Schiraldi (15)= Targetti Lenti (11)= Ubertis (3)= Valerio (14)= Venturino (14) = Visentin (14) = Zanoccoli (11).

Percentuale Presenza Soci: 48%

N° presenti = 49

#### Ospiti:

Dott. Robert Lasagna (ospite del Club); Signora Muriel Alhadef, Thierry Bosiy e Signora Cavenaghi Smith (ospiti di Bana).

#### Visitatori rotariani:

Avv. Paolo Bergmann (RC Milano); Ing. Francesco Porretti (RC Milano Ovest).

#### Hanno cortesemente annunciato la loro assenza:

Agnifili (1+3)= Aletti (4)= Fossati Bellani (5)= Galimberti Faussonne (10+2)= Massone (15) = Vertua (13).

Formuliamo i nostri migliori auguri ai nonni Galimberti Faussonne per la nascita della loro nipotina GIOVANNA.

Soci in congedo: Villa.

#### Compleanni mese di Gennaio 2005

G. Galimberti Faussonne (2) - Prestini e Schiraldi (18) - Rovatti (19) - D'Onofrio (23) - Bracchi (27) - Maternini (31)

## **Disquisizione sulla pubblicità**

### ***Anni 60***

Mercati con copertura regionale,  
poche marche nazionali,  
poche le spese nella pubblicità

### ***Anni 70***

Sviluppo della Rai con TV in bianco e nero  
(Carosello).

Arrivo delle prime agenzie di pubblicità internazionali legate a clienti internazionali.

Grosso sviluppo di società multinazionali che iniziano una politica di acquisto di marche di prodotti locali.

Nascono agenzie internazionali che iniziano lo sviluppo di un supporto di marketing ai propri clienti.

Le agenzie gestiscono per i loro maggiori clienti i media e le spese di pubblicità nella loro totalità e inglobano servizi di marketing che le singole società non riescono a costruire.

### ***Anni 80***

La grande distribuzione diventa nazionale

Liberalizzazione della televisione e perdita del monopolio della Rai.

Le agenzie di Pubblicità diventano note al grande pubblico.

Anche le grandi campagne pubblicitarie diventano un fatto di moda (Milano da bere).

Inizia con determinazione da parte delle società multinazionali l'acquisizione di società, di marchi italiane, di agenzie di pubblicità, di mezzi di distribuzione.

Le società che non sono riuscite a tenere testa ai grandi cambiamenti nella distribuzione e produzione di prodotti per questo nuovo mercato falliscono ed entrano come salvataggio dei posti di lavoro nel grande calderone delle partecipazioni statali

### ***Anni 90***

in Italia i vari mercati si presentano ormai saturi, le società per sviluppare la propria attività e vendite devono combattere con altre marche per ottenere vendite che non sono più ottenibili con la sola espansione dei mercati stessi

Iniziano a concentrare le produzioni dei propri prodotti su base pan-europea, portando all'interno delle società stesse le gestioni dei prodotti ed il marketing, concentrando per tutta la Unione Europea il brand management e la gestione delle spese di marketing e di pubblicità vicino alla produzione stessa.

Come conseguenza l'acquisto dei mezzi di pubblicità viene concentrata non più nelle agenzie ma in consorzi d'acquisto a livello europeo.

Così alla fine degli anni 90 le agenzie di pubblicità hanno perso le funzioni di marketing, di research, di new product development, di packaging, di design, di acquisto servizi, di pianificazione e di gestione media, avendo solo l'area creativa internazionale da gestire.

Sono ormai ben lontane dalle strutture dello sviluppo principe avuto negli anni 80.

Rimane la gestione creativa adatta ad essere utilizzata per più mercati, per più culture, pertanto sempre più produttrice di immagini diluite ed annacquate adatte a più linguaggi.

L'epoca delle grandi manipolatrici di opinioni e di mercato non esiste più.

**Interventi:** Ubertis, Pedroni, Barrow, Venturino e Allegreni.

**Notizie rotariane:**

**RYLA 2005:** il corso si terrà dal 17 al 22 Gennaio 2005 sul tema: “Le istituzioni sociali e non profit: una realtà in crescita”

**Premio Rotary alla Professionalità** - La premiazione si terrà a Bergamo il 14 Febbraio 2005.

**Convention Internazionale:** dal 18 al 22 Giugno 2005 – A Chicago , Illinois USA, si svolgerà la Convention Internazionale. Tre programmi di viaggio sono stati predisposti dall’Agenzia Lauro Viaggi e richiede, ciascuno, un minimo di 30 partecipanti. Per chiarimenti ed adesioni rivolgersi al n° 02 76 09 51 e-mail: [katia.dilauro@dilauroviaggi.it](mailto:katia.dilauro@dilauroviaggi.it).

**Nota biografica del Prof. Alessandro Ghisalberti**

Professore Ordinario di Filosofia Teoretica presso l’Università Cattolica di Milano.  
Direttore del Dipartimento di Filosofia.  
Direttore della Rivista di filosofia neoscolastica.

**Allegati:**

Programma settimanale n° 19

## PROGRAMMA DELLE PROSSIME RIUNIONI

Sede: Società del Giardino – Via San Paolo 10 – Milano

Anno rotariano 2004/05

*Presidente: Giorgio Crivelli*

### “Vacanze Natalizie”

<b>GENNAIO 2005</b>
---------------------

*Lunedì 10 Gennaio 2005 ore 19,45*

**Prof. Adriano De Maio: “Formazione, ricerca e innovazione in Italia”**

**E' indispensabile la prenotazione presso il Prefetto Mirella Motta (tel. 02 48022501 – e-mail: [mglori@tin.it](mailto:mglori@tin.it))**

*Lunedì 17 Gennaio 2005 ore 12.45*

**Prof. Vittorio Dell'Orto: “Cosa è cambiato dopo la mucca pazza?”**

*Lunedì 24 Gennaio 2005 ore 12.45*

**Prof. Alessandro Ghisalberti: “Razionalità e passione nei problemi della vita”**

*Lunedì 31 Gennaio 2005 ore 12.45*

**Dott. Luigi Lucchetti (nostro socio): “Le imprese italiane entrano in Cina”**

<b>Le Consorti e i Consorti dei Soci sono sempre benvenuti alle conviviali qualora trovino le relazioni di loro interesse.</b>
--