

## 2001

1. **“Ripensare Identità e Vocazioni del Garda Trentino”**, studio di accompagnamento del progetto di rifacimento urbanistico della fascia lago di Riva del Garda, con l'individuazione delle strategie-chiave dell'ospitalità evoluta, di cui una ristrutturazione urbanistica deve tener conto
2. **“Più mercato per il mercato del lavoro”**, indagine di campo su 500 aziende industriali dell'Emilia Romagna, destinata ad analizzare le aree critiche della domanda di lavoro delle aziende, la valutazione dei diversi servizi per l'impiego pubblici e privati, le condizioni per un migliore utilizzo dei Centri per l'Impiego pubblici; nonché ad individuare il profilo ideale degli operatori all'interno dei diversi tipi di servizi
3. **“Arco che vogliamo”**, indagine sulla classe dirigente della realtà locale, volta a ridisegnare Identità e Vocazioni turistiche di Arco, nell'ambito del territorio del Garda Trentino; l'indagine è stata condotta attraverso un sistema di Focus Group, seguiti dalla somministrazione di un apposito questionario a tutta la classe dirigente
4. **“Far crescere la coesione associativa”**, documento strategico predisposto per l'Associazione dei Giovani Imprenditori di Reggio Emilia, destinato ad individuare i campi prioritari su cui sviluppare il marketing strategico associativo
5. **“Comunicare il Parco”**, documento predisposto per definire le strategie di posizionamento e di comunicazione di STAR – Parco Scientifico di Verona
6. **“Essere anziano oggi/2001”**: liberare la forza dell'età matura”, Quarto Rapporto nazionale, basato su un'indagine svolta su un campione rappresentativo di anziani italiani e destinata ad analizzare la forza economica del soggetto anziano-vitale, il quale non solo consuma per sé, ma permette atti di spesa quotidiana e di investimento alle altre generazioni, attraverso il trasferimento diretto di aiuti economici consistenti; inoltre il Rapporto ha analizzato anche le attese e i bisogni degli anziani vitali nei confronti del soggetto pubblico (Stato, Regioni ed Enti locali), ai quali viene richiesto un set di politiche attive, adatte a promuovere la responsabilità del

soggetto anziano verso se stesso e verso gli altri

7.

**“Essere anziano oggi/2001**: promuovere il marketing del consumatore anziano”, panel tra i responsabili di marketing delle imprese italiane, destinato a misurare la percezione che l’impresa ha dell’anziano vitale, inteso come consumatore evoluto; come pure a raccogliere valutazioni e informazioni sulle politiche aziendali condotte sino ad oggi nelle imprese degli intervistati, in una logica di attenzione verso l’anziano vitale

8.

**“Essere anziano oggi/2001**: promuovere i servizi per l’anziano vitale”, panel di responsabili delle Regioni e degli Enti locali italiani, volto ad analizzare quale sia la percezione degli amministratori pubblici circa l’esistenza di un mondo anziano vitale, vicino a quello degli anziani bisognosi e marginali; come pure diretto a valutare le politiche e i servizi promossi per le due distinte categorie di anziani

9.

**“Promuovere la condivisione imprenditoriale”**, seminario destinato ai Giovani Imprenditori della Regione Trentino Alto Adige e diretto a raccogliere le testimonianze sui fenomeni afferenti al “passaggio del testimone”, attraverso una serie di interviste a giovani rappresentanti qualificati di grandi famiglie imprenditoriali italiane

10.

**“Analisi metodologica per la costruzione di un campione di imprese italiane”**, servizi prestati per l’impostazione e per lo sviluppo di un campione rappresentativo delle imprese italiane, in una logica di panel stabile

11.

**“Progettare una Scuola di Sistema”**, documento preparatorio per la predisposizione di un progetto di iniziativa formativa, destinata a formare sul piano associativo gli imprenditori italiani aderenti a Confindustria

12.

**“Comunicare in movimento”**, indagine destinata a verificare il posizionamento del Movimento Giovani Imprenditori sui media negli ultimi dieci anni, attraverso un’apposita analisi stampa e la relativa interpretazione

13.

**“Progetto di comunicazione su giovani e mobilità”**, destinato a definire un piano di attività di studio, di comunicazione, di coinvolgimento di giovani, famiglie e scuole sul tema del traffico e della mobilità

14.

**“Progetto di comunicazione sul governo della mobilità urbana compatibile”**, destinato a definire un sistema di accompagnamento evoluto del dibattito e delle sperimentazioni nel campo della qualificazione della mobilità in città

15.

**“Una strategia di sviluppo della cultura d’impresa”**, materiali preparatori per la ridefinizione di principi, metodologie e applicazioni associative del tema “cultura d’impresa oggi” “Tra Identità e Organizzazione”, documento predisposto per la Conferenza Organizzativa dei Giovani Imprenditori di Confindustria

16.

**“Sviluppare l’Identità di Gruppo”**, progetto articolato di attività, destinate a costruire un management pan-europeo di un grande gruppo di distribuzione farmaceutica, presente in dieci Paesi; l’attività si è svolta attraverso una serie di Focus Group, diretti alla parte alta del management, con una successiva indagine tramite questionario, alle prime linee dei responsabili di Paese e di Gruppo, nonché attraverso una serie di opportuni seminari sulla costruzione dell’Identità di Gruppo

**Tags:** [Ripensare Identità e Vocazioni del Garda Trentino](#) [1]

[Più mercato per il mercato del lavoro](#) [2]

[Arco che vogliamo](#) [3]

[Far crescere la coesione associativa](#) [4]

[Comunicare il Parco](#) [5]

[Essere anziano oggi/2001](#) [6]

[Promuovere la condivisione imprenditoriale](#) [7]

[Progettare una Scuola di Sistema](#) [8]

**Source URL:** <https://www.ermeneia.it/web2016/2001>

#### Links

[1] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/148>

[2] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/149>

[3] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/150>

[4] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/151>

[5] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/152>

[6] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/153>

[7] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/154>

[8] <https://www.ermeneia.it/web2016/taxonomy/term/155>