

Nicola Grassetto, amministratore unico Time2marketing

«Per la nostra azienda il 2005 è stato un anno positivo in termini di bilancio. Abbiamo messo a segno importanti partnership e incrementato notevolmente il nostro portfolio. La cosa positiva rimane l'alta fidelizzazione dei clienti che anche quest'anno hanno incrementato il budget destinato al webmarketing. Abbiamo consolidato le nostre capacità nell'ambito turistico e questo ci ha permesso di "garantire" alle strutture attraverso i nostri servizi di visibilità e di direct mailing un pieno successo in termini di stagione turistica. Il livello di consapevolezza del mezzo internet e la maturità delle Pmi - continua **Grassetto** - è notevolmente aumentato. Resistono comunque settori di mercato restii ad investimenti sul digitale. La spiegazione comunque di questa diffidenza trova radici nell'attuale situazione economica italiana» Il 2005 è indicato da molti come l'anno della svolta. Anche lei è di questo parere? «Ritengo il 2005 un anno positivo ma personalmente non lo definirei l'anno della svolta. La valutazione finale che questo 2005



mi impone è un'importante considerazione in termini di crescita ed investimenti per la nostra azienda. **Time2marketing** sarà sempre più orientata ad una maggiore qualità del rapporto con la propria clientela, supportandola continuamente nelle scelte strategiche con una conoscenza aggiornata sulle nuove tecniche e tecnologie a disposizione. Il nostro lavoro è in continua evoluzione e richiede sempre maggiori investimenti nel campo della formazione e della ricerca. Grazie ad una consolidata partnership con il **Centro di Ricerca Europeo** a Bruxelles abbiamo una finestra privilegiata sull'evoluzione tecnologica in campo mondiale che ci garantisce una buona base di valutazione strategica».