

## **Salvatore Limuti** **AD Marketing Management**



### **Da dove nasce la passione per la ricerca?**

La conoscenza di per sè non mi gratifica, ma è sempre stato lo strumento per meglio agire, osare. Subito dopo il diploma ho iniziato a lavorare come ragioniere, poi in Fiat a Termini Imerese come programmatore della produzione.

Lì un giorno osservando una scheda perforata che era annessa a ciascuna scocca della 500 si poteva leggere che quella specifica vettura era destinata al mercato Italia, con i sedili ribaltabili etc. dettagli che indicavano la destinazione e le aspettative di un consumatore.

Fu lì che mi innamorai del Marketing, così dopo la laurea in Economia, dopo aver capito bene cosa si faceva in fabbrica, chiesi di andare al marketing della Fiat a Torino. Ho conosciuto così il sistema vendite, commerciale e poi tutti i migliori ricercatori come Fabris, Valentini, Lucchi, Mazzini, Standen, etc.

Approfondii le conoscenze con un master alla Luis e all'INSEAD di Fontainebleau. Volevo già fondare un mio istituto di ricerche che avesse come punto di forza il mio background aziendale, ma mi mancava un'esperienza nei beni di largo consumo, così lasciai Fiat e accettai l'incarico di Direttore Marketing in Averna per tre anni, curando il posizionamento, le campagne pubblicitarie, tutte le ricerche per i nuovi prodotti, l'uso dei dati Nielsen, le ricerche per le acquisizioni societarie e i nuovi asset. Dopo questo passaggio aziendale dal 1984 mi sono concentrato nelle ricerche con il Gruppo Marketing Management e altre società collegate.

### **Quali studi consiglia a un giovane che vuole avventurarsi in questo settore?**

Consiglio ai giovani di progettare un percorso affiancando allo studio varie esperienze di lavoro, dalla produzione, all'amministrazione, al commerciale, perché il miglior ricercatore è quello che comprende meglio i problemi e gli obiettivi del committente e deve poter dare contributi consulenziali per facilitare il percorso decisionale del cliente.

### **Da ricercatore a capo di una azienda. Com'è stata la carriera di Salvatore Limuti?**

Nella realtà ho sempre cercato di coniugare i miei interessi con la massima soddisfazione per il mio datore di lavoro prima e con i miei clienti dopo. E alla carriera ho preferito sempre trovarmi a fare il lavoro che mi piaceva di più nella forma più libera, anche quando con la globalizzazione sarebbe stato naturale convergere su una multinazionale.

Ora con i miei collaboratori, che sono anche soci insieme a mia figlia, di fatto portiamo avanti l'azienda con la stessa filosofia ed io trovo ora il tempo per occuparmi anche di musica, regate veliche e gare di velocità di auto storiche in pista.

**Le nuove tecnologie e Internet stanno cambiando le ricerche di mercato?**

**Rappresentano un valore aggiunto o un ostacolo?**

Le ricerche hanno sempre seguito l'innovazione. Ricordo come facevamo le elaborazioni trenta anni fa, oggi internet ha cambiato il mondo. Le ricerche si adeguano ad usare sempre nuovi strumenti, nessun ostacolo, solo opportunità, per intenderci l'eliminazione del bisturi laser non ha eliminato il chirurgo.

**E' cambiato il mondo della ricerca rispetto a quando hai iniziato?**

**Se si, in che modo?**

Io e i miei uomini studiamo e sperimentiamo nuovi strumenti di ricerca. E' importante riuscire a trarre i significati con sistemi di "sintesi" mentre prima eravamo più abituati alle inferenze. Rispettando al massimo la qualità, l'unico deterrente per il "*do it yourself*", estremamente pericoloso.

**Come, secondo lei, la ricerca può rappresentare uno strumento strategico per il Sistema-Paese?**

L'indice di propensione alla ricerca è da molti anni chiaramente rivelatore della capacità d'innovazione di un Paese sia che si tratti del sistema produttivo che del più largo ambito sociale. La ricerca certamente contribuisce a migliorare la qualità della vita favorendo una sorta di democrazia sociale.