

03

ASSIRM FORMAZIONE 2021

INNOVATION & NEW TRENDS IN MARKETING AND MARKET RESEARCH

17
GIU

ORE 10.00 - 13.00

LA SOSTENIBILITÀ CHE CONTA: VALORE DI RIFERIMENTO PER I CONSUMATORI RESPONSABILI E LEVA DI MARKETING PER LE IMPRESE LEADER

Il seminario si propone di fare il punto sull'evoluzione recente della sensibilità ambientale e sociale dei consumatori italiani e di sollecitare una riflessione sulle implicazioni che il progressivo consolidarsi e diffondersi di una "cultura dello sviluppo sostenibile" potrà avere sulle strategie delle imprese.

Il seminario si articolerà in tre parti. Nella prima verrà fornito un articolato quadro dei mutamenti verificatisi negli ultimi anni nella cultura, negli stili di vita e nei comportamenti di consumo degli Italiani, con una particolare attenzione al segmento dei consumatori più informati e consapevoli.

La seconda parte approfondirà le caratteristiche della domanda rivolta alle imprese: quale ruolo viene loro assegnato nei confronti della società e dell'ambiente, quali responsabilità vengono loro attribuite nei confronti di una prospettiva di sviluppo sostenibile. Saranno prese in considerazione le possibili implicazioni a livello di definizione di corporate strategy, di revisione delle caratteristiche dei processi (fornitura, produzione, distribuzione...) e di progettazione di prodotto.

La terza parte del seminario cercherà di trarre dallo scenario delineato previsioni sulle future linee evolutive della cultura dei consumatori e indicazioni sulle modalità di risposta da parte delle imprese in termini di innovazione di prodotto e di strategie di comunicazione. L'obiettivo - anche attraverso una ricognizione di buone pratiche - è comprendere come fare della sostenibilità un elemento fondativo dell'identità e del posizionamento della marca e una sempre più efficace leva di vantaggio competitivo.

Il seminario verrà condotto in modalità per quanto possibile interattiva. Dapprima l'esposizione ragionata da parte del relatore di dati tratti da recenti indagini condotte dai più autorevoli istituti di ricerca sociale e di mercato. Quindi un confronto/dialogo con i partecipanti per trarre dalle evidenze empiriche indicazioni operative utili a livello sia tattico che strategico.

SINGOLO SEMINARIO ONLINE
QUOTA DI ISCRIZIONE: **99 € + IVA**
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM
È RISERVATO UNO **SCONTO DEL 20%**

Iscrizioni online, [registrati qui](#).

Per ulteriori informazioni:

ASSIRM

C.so Magenta, 85 - 20123 Milano

Tel. 02 58315750

centrostudi@assirmservizi.com



Paolo Anselmi

Docente di
Marketing Sociale
@Università Cattolica
di Milano

Dopo la laurea in Antropologia Culturale all'Università di Firenze, è stato ricercatore presso la Fondazione Agnelli e docente di Metodologia della Ricerca Sociale presso l'Università di Pavia.

Dal 1985 al 2003 è stato Partner e Vicepresidente di Eurisko con responsabilità delle indagini internazionali e della scenaristica europea. Dal 2004 al 2019 è stato Vicepresidente di GfK Italia con responsabilità delle ricerche e dei seminari dedicati a CSR e sostenibilità.

Dal 2004 è docente di Marketing Sociale presso l'Università Cattolica di Milano. Nel gennaio 2020 ha fondato Walden Lab, laboratorio dedicato a progetti di ricerca e formazione su temi di sostenibilità.

È membro del Consiglio Nazionale di WWF Italia, del Comitato Scientifico di Istituto Oikos e di Athena, il network di docenti sostenitori di Pubblicità Progresso.

 **ASSIRM**
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE