

Milano, 17/11/2021

COMUNICATO STAMPA

ASSIRM TALK COMUNICAZIONE:

COMUNICARE OGGI. SINTONIZZARSI CON NUOVI CONTESTI, VALORI E TONI DI VOCE.

*L'Associazione Assirm presenta l'agenda dell'evento che si terrà il **24 novembre dalle 10.00 alle 13.00** in live streaming*

Manca solo una settimana al prossimo appuntamento virtuale con gli Assirm Talk, i convegni digitali ideati dall'associazione dedicati a specifici settori di riferimento. Il prossimo 24 novembre, dalle 10.00 alle 13.00 sarà la volta dell'Assirm Talk Comunicazione intitolato "**COMUNICARE OGGI. Sintonizzarsi con nuovi contesti, valori e toni di voce**". L'evento si svolgerà in live streaming per condividere tematiche specifiche legate al **mondo della ricerca di mercato applicata all'ambito della comunicazione**.

L'incontro, moderato da **Domenico Ioppolo, Amministratore Delegato - Campus Editori (Class Editori)**, rappresenta un'occasione di confronto tra figure manageriali esperte nel settore ed esponenti delle maggiori società di ricerca di mercato presenti in Italia. Un momento di scambio per approfondire le nuove prospettive della Comunicazione, in un futuro che è già qui e in cui le Marche devono assumere un ruolo più attivo, comunicando **Sostenibilità, Brand Purpose e Responsabilità Sociale**. Quali le modalità per coinvolgere il Consumatore, costruendo una relazione duratura che risponda alle sue aspettative.

Darà il via ai lavori **Matteo Lucchi, Presidente ASSIRM**, con un breve saluto di benvenuto a cui seguirà poi un fitto programma che vedrà la partecipazione di numerosi esperti e testimonial di aziende.

Per partecipare all'evento, completamente gratuito, è necessario iscriversi [QUI](#).

Di seguito l'agenda con tutti gli interventi:

10.10 - 10.30

"Nuove prospettive di comunicazione: il consumatore in equilibrio tra volontà di realismo ed aspirazioni di positività" interverrà Francesca Nardin, Creative Excellence Leader di Ipsos

Dopo l'esperienza pandemica, viviamo divisi tra la necessità di fare ripartire il nostro "microcosmo" ed una nuova consapevolezza di tematiche economico-sociali: guadagnare l'equilibrio è sfida del nostro tempo. Qual è il ruolo della comunicazione di marca in questo contesto?

10.30 - 10.50

"Comunicare la sostenibilità tra opportunità e rischi" prenderà la parola Valentina Songa, Psychologist Consumer Insight Manager di Ales Market Research

La sostenibilità è un tema largamente utilizzato nella comunicazione. Ma parlare di sostenibilità porta ad un incremento dell'acquisto? E se l'effetto non è diretto, perché tutti parlano di sostenibilità? Quali i vantaggi, l'impatto sulle aziende in termini di brand image e vicinanza col consumatore?

10.50 - 11.10

"Siamo tutti green? comprendere e intercettare i target che premiano la sostenibilità" con Cristiana Zocchi, Solution Lead Marketing Intelligence e Mara Galbiati, Team Lead I-Solution di Media Measurement – Sinottica di GfK

Quali sono i significati, le aspettative e i gradi di attivazione delle persone rispetto alla sostenibilità? L'intervento è volto a comprendere a 360° i target dei consapevoli e dei non consapevoli, il loro approccio alla medialità, in termini di mezzi e contenuti, nell'ottica di fornire alle aziende strumenti conoscitivi utili per una comunicazione efficace.

11.10 - 11.30

"L'importanza di comunicare brand purpose e responsabilità sociale - la prospettiva del consumatore" intervengono Eliza Frascaro, Research Director Italy & MEA e Giovanni Rainoldi, Qualitative Research Lead di Toluna

Le aziende si differenziano e creano un sentimento di fiducia e di appartenenza con i loro stakeholder interni ed esterni. Innovare e comunicare un prodotto o fornire un servizio che non rispecchia i valori dei consumatori può creare una frattura a lungo termine. Durante l'intervento, si illustrerà come i brand hanno l'opportunità di creare relazioni più profonde e durature con i consumatori comunicando la propria brand purpose.

11.30 - 11.50

"Governare la comunicazione: opportunità e mezzi. il caso di studio di banca Credem" con Ludovico Mannheimer, Ricercatore Senior di Eumetra e Oriana Cavalera, Responsabile Brand, Comunicazione e Pubblicità di Credem

La comunicazione oggi si trova davanti ad una doppia sfida: da una parte raggiungere un pubblico con una soglia di attenzione sempre più bassa; dall'altra misurare l'impatto delle diverse iniziative e quanto queste siano riuscite a coinvolgere il target. Credem ha affrontato questa sfida con una comunicazione integrata che è riuscita a comunicare una sostenibilità sociale del brand su più canali e in più modi.

11.50 - 12.10

Q&A

12.10 - 12.55

Tavola rotonda: Strategie, prospettive e mezzi elettivi nel comunicare percorsi etici delle aziende e dei brand

Modera: Domenico Ioppolo, Amministratore Delegato di **Campus Editori (Class Editori)**

Alessandro Ferrari, Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne di **ACF Fiorentina**

Matteo Giarrizzo, Head of Media **Henkel Italy, Greece and Cyprus** | Digital & eCommerce Lead Beauty Care Henkel Italy di **Henkel**

Luca Montani, Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali di **MM**

Assirm

ASSIRM è l'Associazione nata nel 1991 che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale. Tra i suoi obiettivi primari, valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali a sostegno delle strategie di Imprese e del Paese, attraverso Business Intelligence, Big Data, Data Analysis e servizi di Consulenza. Da sempre, Assirm contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti. Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar- e aderisce a EFAMRO – the European Research Federation e ASA – Associazione per la Statistica Applicata. È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect. www.assirm.it



C.so Magenta 85, 20123 Milano

T 02/58315750

info@assirm.it | assirm.it

C.F. 10499960150

Contatti

UFFICIO STAMPA ASSIRM

Doppia Elica

Claudia Tirendi - c.tirendi@doppiaelica.com - T. 02 409993484