

Consumi 2015

Donna Strategie e tecnologie per una nuova relazione con le consumatrici digitali

Milano, giovedì 12 marzo 2015



Coordina i lavori:

Luigi Rubinelli, *Direttore Responsabile* **RETAILWATCH.IT**

9.00 *Registrazione dei partecipanti*

9.20 Apertura dei lavori e intervento introduttivo
a cura del Chairman

COME E PERCHÉ È CAMBIATA LA TESTA DI CONSUMATORI E CONSUMATRICI

- I driver nell'attuale scenario:
 - preoccupazione
 - razionalità
 - value for money
 - polarizzazione
 - emancipazione
- Come fronteggiare la crisi dei consumi
- L'innovazione nel retail: strategie, idee e progetti

Luigi Rubinelli,

Direttore Responsabile **RETAILWATCH.IT**

9.45 **FATTI E CIFRE DEL CAMBIAMENTO**

- L'evoluzione degli stili di vita tra riscoperta della tradizione e Internet
- Gli interessi dominanti: cucina, salute e...
- I riflessi sulla top ten dei consumi in Italia

Alessandra Coletta,

Industry Leader **NIELSEN**

10.15 **COMPETENZE E PROFESSIONALITÀ
PER AFFRONTARE LA RIVOLUZIONE DEI CONSUMI**

- Le figure professionali emergenti per affrontare rivoluzione digitale e crisi dei consumi
- Skill e competenze distintive
- Evoluzione degli scenari organizzativi di GDO e aziende retail

Fabrizio Iaconetti,

Partner- Responsabile Area Consumer **KEY2PEOPLE**

10.45 **IL RUOLO DELLA DONNA NELL'EVOLUZIONE
DELLE DINAMICHE DI ACQUISTO**

- Sono (ancora) le donne a orientare i consumi domestici?
- Scalogno, sale dell'Himalaya e pasta sfoglia pronta: il mix and match nel carrello
- (Piccoli) lussi quotidiani

Anna Zinola, *Giornalista*

Docente di Psicologia dei Consumi **UNIVERSITÀ DI PAVIA**

11.15 *Coffee break*

11.30 **IDENTIKIT DELLA CONSUMATRICE DIGITALE**

- La relazione tra donna, tecnologia e consumi
- Cosa e come acquistano le donne online
- "Connected Commerce": quanto pesano Internet e i Social Network nella decisione d'acquisto
- Informazione, condivisione, passaparola e social
- Shopping Online, l'M-commerce piace alle donne

Luigina Foggetti,

Online Editor **GIRL GEEK LIFE**

Contributing Editor **WIRED.IT** e **IODONNA.IT**,

Esperta di Web Strategy

Case study

12.00 **IL CAPOVOLGIMENTO DELLA RELAZIONE
TRA BRAND E CONSUMATRICI**

- Dalla fedeltà al marchio alla fedeltà del marchio: la declinazione di valori tradizionali sui nuovi media
- La conoscenza dei consumatori come punto di partenza per la definizione di una strategia digitale
- La comunicazione digitale e le strategie di integrazione tra canali tradizionali e social
- I social network per una relazione immediata e costante con le consumatrici
- Il passaparola

Alessio Gianni,

Social Media & Digital Marketing Director **BARILLA**

Case study

12.30 **VERSO NUOVE FORME DI ENGAGEMENT:
OVS E IL PROGETTO CURVYGLAM**

- Ampiezza e trasversalità dell'offerta OVS
- Intercettazione e interpretazione innovativa di esigenze non espresse
- Elementi di una relazione privilegiata e personale tra l'insegna e le sue interlocutrici
- Digital experience innovativa e omnichannel

Elisabetta Vanuzzo,

Retail Marketing Manager **OVS**

13.00 *Spazio riservato alle domande*

13.15 *Sintesi e chiusura dei lavori a cura del Chairman*

La rivoluzione dei consumi non dipende solo da fattori strutturali – tra cui l'affermazione dei **canali digitali**, la crisi economica e la diffusione della **sharing economy** – ma anche, e soprattutto, **dalla trasformazione irreversibile di esigenze e mentalità**. Anche in uno scenario profondamente mutato e in continua evoluzione, **la donna resta comunque la protagonista incontrastata** degli acquisti e si conferma nel suo ruolo di interlocutrice decisiva per definire le strategie di marche e insegne. Organizzata in collaborazione con Retail Watch, l'edizione 2015 della trilogia sui Consumi analizza evoluzione e **rivoluzione dei processi d'acquisto** nei principali target che generano, influenzano e trasformano i processi decisionali: **donne, teenager e senior**. I tre convegni individuano il rovesciamento della relazione tra marca e consumatore alla ricerca dei nuovi modelli per il retail.

Modalità d'iscrizione e condizioni di pagamento

DOVE E QUANDO

Milano, Hotel Scala – Via dell'Orso, 7 – 20121 MILANO
Giovedì 12 marzo 2015

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Conferenza € 244,00 (€ 200,00 + Iva 22%)

SCHEDA DI REGISTRAZIONE ONLINE

Per iscriversi cliccare qui:

<http://www.cdvconference.it/iscrizioni/donna-2015>

Per motivi organizzativi la scheda di registrazione va compilata entro le ore 13.00 dell'11 marzo 2015.

La quota di partecipazione comprende l'ingresso al/i convegno/i, il coffee break e gli atti che, costituiti dalle relazioni fornite dai relatori entro i tempi tecnici previsti, verranno inviati in formato digitale entro la settimana successiva allo svolgimento del convegno.

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

- 1) Compilare in ogni sua parte la scheda di registrazione online
- 2) Disporre il bonifico bancario all'IBAN IT96G0558401627000000024137, intestato a CDV CONFERENCE MANAGEMENT snc Banca Popolare di Milano, Ag. 27 Milano, indicando chiaramente nella causale:
 - nome e cognome del Partecipante
 - codice della conferenza: CDV_3/15
- 3) Inviare via mail la copia contabile del bonifico bancario a: iscrizioni@cdvconference.it

PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI D. LGS. 196/2003 - INFORMATIVA

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da CDV CONFERENCE MANAGEMENT, nel rispetto della vigente normativa e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle proprie attività istituzionali, per finalità:

- 1) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.
- 2) statistiche, di comunicazione commerciale, di promozione e vendita di prodotti e servizi
- 3) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normative comunitarie.

Il trattamento potrà essere effettuato per conto di CDV CONFERENCE MANAGEMENT anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra. L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento e gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettificazione e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di CDV CONFERENCE MANAGEMENT P.zza Emilia, 9 - 20129 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto dell'iscrizione, effettuando il versamento secondo le modalità indicate. Conferma di accredito al convegno verrà trasmessa via mail dopo la compilazione della scheda di iscrizione online e l'invio della copia contabile attestante il bonifico bancario. N.B. Non verranno accettate iscrizioni senza la copia del pagamento effettuato.

Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con CDV CONFERENCE MANAGEMENT per iscritto.

Per informazioni: Segreteria Organizzativa - tel. 02 83 78 399

MODALITÀ DI DISDETTA

Le disdette pervenute via e-mail alla Segreteria Organizzativa (iscrizioni@cdvconference.it) entro il 5 marzo 2015 daranno diritto al rimborso integrale della quota. Trascorsa tale data dalla quota sarà detratto il 20% a titolo di rimborso delle spese amministrative.

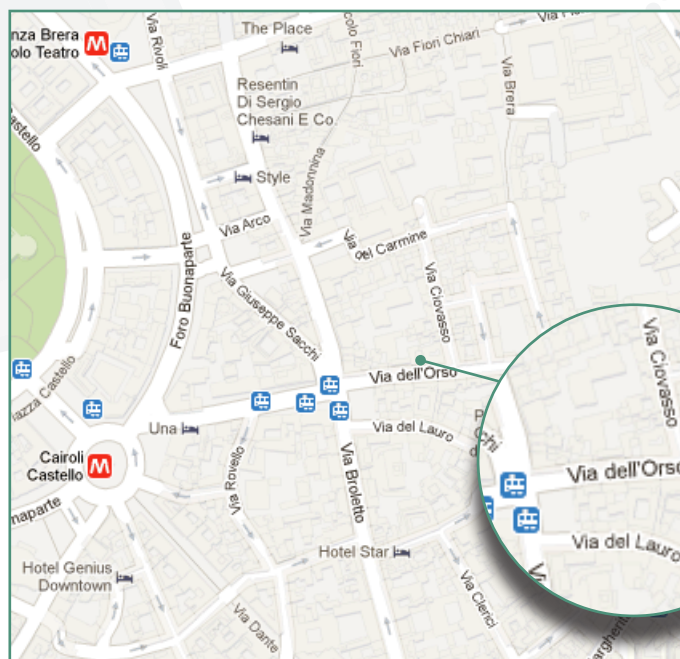
È sempre ammessa la sostituzione del Partecipante.

N.B. Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 13.00 dell'11 marzo 2015.

RINVIO E CANCELLAZIONE

CDV CONFERENCE MANAGEMENT si riserva la facoltà di comunicare il rinvio o la cancellazione della Conferenza dandone comunicazione via e-mail ai partecipanti entro 3 giorni dalla data del convegno. In tal caso CDV CONFERENCE MANAGEMENT provvederà a rimborsare l'importo ricevuto senza ulteriori oneri a suo carico.

COME RAGGIUNGERE L'HOTEL SCALA



MM1 – fermata Cairoli
MM2 – fermata Lanza

MM3 – fermata Montenapoleone
Tram 2-12-14 Bus 61