

Assirm Marketing Research Forum è l'appuntamento annuale più rilevante in Italia per il settore della conoscenza delle dinamiche sociali e di quelle del marketing: un momento di confronto e di dibattito per l'industria sui trend del settore, le sfide e le opportunità future per la crescita delle imprese.

*Grandi **NOVITÀ** per questa **VIII edizione** interamente realizzata in digitale: 2 giornate live seguite da 5 giorni di contenuti on demand permetteranno di raggiungere un pubblico sempre più ampio e coinvolgere le imprese di tutto il Paese. Le aziende clienti e i fornitori potranno trovarsi per condividere le proprie esperienze e le proprie esigenze in un'occasione di networking e aggregazione per tutte le realtà dell'ecosistema.*

AGENDA MERCOLEDÌ 27 OTTOBRE

Modera: **Debora Rosciani** – Giornalista, Radio24

09.30 – 09.50

SALUTI DI BENVENUTO

Matteo Lucchi – Presidente, Assirm

09.50 – 10.00

INTERVENTO A CURA DI CONFINDUSTRIA

Ciro Rapacciuolo – Responsabile dell'area Congiuntura e Previsioni, Centro Studi di Confindustria

10.00 – 10.10

INTERVENTO A CURA DI ISTAT

Stefano Menghinello – Direttore, Direzione Centrale per la Raccolta Dati (DCRD)

10.10 – 10.30

INTERVISTA CON CONFINDUSTRIA INTELLECT

Saverio Addante – Presidente, Confindustria Intellect



10.30 – 10.40

INTERVENTO A CURA DI TOLUNA

10.40 – 10.50

INTERVENTO A CURA DI SWG

10.50 – 11.00

INTERVENTO IN FASE DI DEFINIZIONE

DALLE 11:30 ALLE 13.00 – SESSIONI PARALLELE

Interverranno: **Ales Market Research** | **Bilendi** | **Demetra Opinioni.net** | **DYNATA ITALY**
| **SWG** | **Toluna**

14.00 – 14.15

INTRODUZIONE DATI RICERCA A CURA DI ASSIRM

Tommaso Pronunzio - *Vice presidente, Assirm*

14.15 – 15.00

TAVOLA ROTONDA "IL NUOVO RUOLO DELLA MARCA"

L'emergenza sanitaria ha influito sui consumatori, mettendo in luce comportamenti di acquisto nuovi che potranno protrarsi anche nel prossimo futuro. Il ruolo della Marca è rimasto invariato o ha subito un cambiamento durante questa emergenza sanitaria? Cercheremo di tracciare l'importanza del ruolo del brand nello scenario contemporaneo, tentando di comprendere se il consumatore è disposto a spendere di più per brand che supportino cause sociali o ambientali e quale sia il ruolo affidato oggi alla Marca dal consumatore finale: se un ruolo globale che abbracci le istanze socio culturali in tema di sostenibilità, tutela del pianeta, diritti, ecc o individuale che consenta una personalizzazione del prodotto perché possa soddisfare appieno tutte le esigenze del consumatore finale. Traceremo inoltre la rotta del futuro del Made in Italy cercando di comprendere come e se possa essere stravolto dalle dinamiche dei nuovi brand.

Ne parleremo con:

Emanuele Nenna – *Presidente, UNA*

Raffaele Pastore – *Direttore Generale, UPA*

Giorgio Santambrogio – *CEO, Gruppo VèGè*

Dalle 15:00 alle 17.00 – SESSIONI PARALLELE

Interverranno: **Cint** | **Doppia Elica** | **Emotiva** | **fieldgood** | **tbd**

AGENDA

GIOVEDÌ 28 OTTOBRE

Modera: **Rosalba Reggio** – Responsabile Web Tv, Sole 24 ore

09.30 – 09.50

SALUTI DI BENVENUTO

Piergiorgio Rossi – Vice Presidente Vicario, Assirm

09.50 – 10.00

INTERVENTO A CURA DI WAZE

Dario Mancini - Regional Manager Italy and EMEA Emerging Markets, Waze (gruppo Google)

10.00 – 10.10

INSIGHTS INTO A POST-COVID MULTICULTURAL, HYPERCONNECTED WORLD

Kristin Luck - Presidente, Esomar

10.10 – 10.40

TAVOLA ROTONDA "SOSTENIBILITA' E COESIONE SOCIALE"

La pandemia ha indubbiamente incrementato le differenze sociali, ma in quali ambiti queste sono diventate più evidenti? Delineeremo la situazione delle differenze sociali per ciò che concerne reddito percepito e capacità di spesa, capacità di risparmio, istruzione, senso di sicurezza, attenzione alle questioni ambientali e divario della ricchezza tra nord e sud d'Italia. In uno scenario in continuo mutamento capiremo se e come i marchi e le aziende abbiano intrapreso percorsi di politiche sociali e di sostegno per i consumatori e quale sia l'opinione dei consumatori in relazione alle aziende sulla base del fatto che abbraccino o non abbraccino istanze di tipo socio-ambientale. Quale sarà o quale dovrebbe essere il role play della classe politica?

Ne parleremo con:

Marta Mainieri - Chief Executive Officer, Collaboriamo.com

Andrea Farinèt – Presidente, Fondazione Pubblicità Progresso

DALLE 11:30 ALLE 13.00 – SESSIONI PARALLELE

Interverranno: **Eumetra** | **Demetra Opinioni.net** | **Norstat** | **SWG** | **Teleperformance KS**
| **Toluna**



14.00 – 14.10

INTRODUZIONE DATI RICERCA A CURA DI ASSIRM

Enzo Frasio - *Consigliere, Assirm*

14.10 – 14.50

TAVOLA ROTONDA "DIGITAL TRANSFORMATION E ARTIFICIAL INTELLIGENCE"

La pandemia ha aperto nuove frontiere dell'interazione digitale permettendo ad aziende e consumatori di scoprire nuovi scenari di interazione. Ma l'abitudine digitale è destinata a permanere nel tempo o ad essere abbandonata in favore di un totale ritorno al contatto umano? Siamo davvero pronti a sostituire il rapporto umano con quello puramente digitale? Come è cambiato il comportamento di acquisto e la percezione della marca da parte del consumatore? E le tecnologie di automazione come le chat bot, rendono davvero l'esperienza di acquisto più fluida? Scopriremo quanto l'intelligenza artificiale sia considerata un vantaggio o uno svantaggio per le aziende e come venga percepita dai consumatori.

Ne parleremo con:

Gianluca Diegoli - *Co-Founder, Digital Update*

Nicola Gatti - *Co-Direttore dell'Osservatorio sull'Intelligenza Artificiale, Politecnico di Milano*

Emanuela Girardi - *Founder, Pop AI e Membro del Direttivo, AlxIA*

14.50 – 15.00

INTERVENTO A CURA DI TELEPERFORMANCE

Dalle 15:00 alle 17:00 – SESSIONI PARALLELE

Interverranno: **Nielsen** | **GfK Italia** | TBD