

Con il patrocinio di



Partner dell'evento



CRIET Incontra è l'attività del Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio che si propone di far confrontare, su una serie di tematiche di primario interesse per lo sviluppo territoriale, gli studiosi con i decisori delle imprese e delle istituzioni, le idee con i fatti, le teorie con le pratiche. Tramite CRIET Incontra studiosi, esponenti delle maggiori istituzioni pubbliche e private in Italia, mettono a disposizione le loro conoscenze e i risultati dei progetti di ricerca per poter dare un apporto significativo allo sviluppo sostenibile del territorio, e presentarsi come supporto operativo per lo sviluppo delle economie locali.

L'obiettivo principale di CRIET Incontra è quello di aiutare a spiegare le relazioni che si intrecciano, su un determinato territorio, tra dinamiche delle imprese e dinamiche delle istituzioni affinché esse assumano un ruolo adeguato nell'analisi scientifica e nella valutazione strategica dei singoli decisori.

**INFO:**  
[marketing.innovation.hub@unimib.it](mailto:marketing.innovation.hub@unimib.it)

**ISCRIZIONI:**  
In presenza  
<https://b4m.unimib.it/convegno-content-to-commerce/>  
Live streaming  
<https://b4m.unimib.it/webinar-content-to-commerce/>

## CONTENT TO COMMERCE ALLA RISCOPERTA DEL CONTENUTO PER UNA EFFICACE COMUNICAZIONE DI MARKETING

MILANO 20 settembre 2021  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI MILANO-BICOCCA  
Aula Magna, Edificio U6  
Piazza dell'Ateneo Nuovo 1, Milano

L'EVENTO  
SI SVOLGERÀ  
SIA IN PRESENZA  
SIA IN DIRETTA  
STREAMING

**CRIET**  
Incontra 2021



## CONTENT TO COMMERCE. ALLA RISCOPERTA DEL CONTENUTO PER UNA EFFICACE COMUNICAZIONE DI MARKETING

La rivoluzione digitale intervenuta nella società nell'ultimo decennio ha reso imprenditori e manager maggiormente consapevoli della possibilità di "fare marketing" e della sua importanza anche per PMI e imprese del B2B, imprese tradizionalmente poco avvezze a considerare il marketing come un asset strategico. Tuttavia la loro attenzione si è spesso indirizzata verso il dotarsi di tool e software piuttosto che acquisire competenze di marketing. Il risultato è stato duplice: da un lato, l'introduzione degli strumenti di marketing è stato parziale, spesso più formale che in grado di incidere sui processi aziendali; dall'altro, le attività di comunicazione appaiono essere sostanzialmente omologate e non contestualizzate alle specificità delle singole imprese. È arrivato il momento di avviare una riflessione sul rapporto tra i potenziali vantaggi derivanti dalla digital transformation e la qualità dei contenuti veicolati dalle imprese. Sembra scontato affermare che la tecnologia sia uno dei tool della comunicazione e che da sola non sia sufficiente per un'adeguata comunicazione di marketing. In realtà è molto più complesso da realizzarsi perché a seconda di settore, dimensione e posizionamento desiderato, l'impresa si deve dotare del "giusto" mix di tecnologia, contenuti e competenze.

CRIET, in collaborazione con Wunderman Thompson e IPSOS, presenta il convegno "Content to Commerce. Alla riscoperta del contenuto per una efficace comunicazione di marketing" nel corso del quale docenti e professionisti del mondo della comunicazione discuteranno su questi temi, presentando i loro punti di vista e best practice, e proponendo soluzioni innovative per comprendere le migliori linee di sviluppo della comunicazione e del marketing.

## PROGRAMMA

9.45 ACCREDITAMENTO DEI PARTECIPANTI

10.30 SALUTI ISTITUZIONALI  
**DARIO CAVENAGO**  
*Direttore Dipartimento  
Scienze Economico-Aziendali  
e Diritto per l'Economia,  
Università di Milano-Bicocca*

10.45 MARKETING INNOVATION HUB.  
IL NUOVO OSSERVATORIO DI B4M  
**ALICE MAZZUCHELLI**  
*Ricercatrice,  
Università di Milano-Bicocca e CRIET  
Coordinatrice,  
Osservatorio Marketing Innovation Hub*

11.00 TECNOLOGIE, CONTENUTI  
E COMPETENZE PER RITROVARE  
LA COMUNICAZIONE DI MARKETING  
**ANGELO DI GREGORIO**  
*Professore ordinario di Management,  
Università di Milano-Bicocca  
Direttore Scientifico, CRIET  
Presidente, Società Italiana di Marketing*

11.20 COMICITÀ ED EMPATIA  
PER LA COMUNICAZIONE  
CONTEMPORANEA  
**GERMANO LANZONI**  
*Attore, docente, formatore  
e webstar irriverente*

11.40 EXECUTIVE ROUND TABLE  
**GIUSEPPE STIGLIANO**  
*CEO, Wunderman Thompson*

**BERNADETTE BEVACQUA**  
*Presidente, Henkel Italia*

**GIUSEPPINA VIOLANTE**  
*VP EMEA Portfolio & Growth Leader,  
Coty*

**FRANCO BALESTRIERI**  
*Direttore Marketing e Comunicazione,  
GVM Care & Research*

MODERATORE  
**NICOLA NERI**  
*CEO, IPSOS Italia*

12.30 Q&A

12.45 CONCLUSIONE DEI LAVORI

PER INFORMAZIONI SCRIVERE A  
[marketing.innovation.hub@unimib.it](mailto:marketing.innovation.hub@unimib.it)

