

Media Partner

LE IMPRESA

m&c
Contabilità Finanza e Controllo
RIVISTA DI GESTIONE AZIENDALE
Il Sole 24 ORE

Technical Partner



OCRI - Osservatorio Crisi
e Risanamento delle Imprese



m&c
marketing, comunicazione

In collaborazione con



Di.SEA.DE
Dipartimento di
Scienze Economico-Aziendali
e Diritto per l'Economia



CRIET Incontra 2014

Food marketing: un'analisi sulla relazione tra distributore e consumatore

MILANO, 4 ottobre 2014
AGRICOLTURA MILANO FESTIVAL
Fabbrica del Vapore
Via Giulio Procaccini, 4 Milano

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:
www.criet.unimib.it
criet.incontra@unimib.it

SEDE INTERUNIVERSITARIA
Via Solferino, 16, Edificio U58, 20052 Monza

SEDE AMMINISTRATIVA
Via Bicocca degli Arcimboldi, 8 - 20126 Milano





Food marketing: un'analisi sulla relazione tra distributore e consumatore

Project Leader: Angelo Di Gregorio e Laura Gavinelli

Lo scenario attuale, caratterizzato dalla crisi economico finanziaria, sta impattando pesantemente sul comportamento di acquisto e consumo dei cittadini in termini di contrazione della spesa e di diverso orientamento verso marche, insegne e iniziative di marketing a punto vendita.

Tutto ciò porta i distributori a ripensare profondamente le proprie strategie sia dal punto di vista del marketing mix che dal punto di vista della relazione con il cliente.

Università degli Studi di Milano-Bicocca e CRIET, Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio, presentano le prime evidenze di una ricerca tuttora in corso e che ha l'obiettivo di indagare quali opportunità di marketing si possano aprire all'interno della relazione tra distribuzione e domanda dal punto di vista dell'impostazione del marketing mix e della gestione della relazione con il cliente.

Programma

9:15 Accreditamento dei partecipanti

9:30 Saluti e apertura dei lavori
Angelo Di Gregorio
Università di Milano-Bicocca e CRIET

9:45 Presentazione della ricerca
Laura Gavinelli
Università di Milano-Bicocca e CRIET

10:15 Discussant
Maurizio Da Bove
Politecnico di Torino

Simona Panseri
Google Italia

11:50 Tavola rotonda.
Ne discutono i protagonisti e le istituzioni

Diego Bassi
Consorzio Vini DOC di San Colombano

Lorenzo Berlendis
Slow Food Italia

Rosella Blumetti
Comune di Corsico

Lucia Fedeli
Consorzio DAM

Valter Molinaro,
Coop Lombardia

Marco Porcaro
Cortilia

Moderatore:
Gennaro Sangiuliano
RAI TGI



Per ricevere gratuitamente gli atti
dei convegni e/o partecipare agli incontri:
www.ilsole24ore.com/criet