

## **“Socialing”: alla LIUC le caratteristiche dei consumatori del futuro**

**Pubblicato:** Venerdì 15 Aprile 2016



Quali caratteristiche avranno i consumatori del futuro? Come si comporteranno? Come è possibile sviluppare le connessioni emotive tra impresa e mercato, tra brand e consumatori?

Attorno a queste e ad altre domande si svilupperà l'evento in programma alla LIUC – Università Cattaneo il prossimo giovedì 21 aprile.

Un'occasione per parlare di temi verso i quali la LIUC, Università delle imprese per le imprese, è particolarmente sensibile, sia nei corsi di laurea (nel triennio di Economia Aziendale è proposto un percorso su “Comunicazione, Marketing e New Media”) che nelle numerose occasioni di formazione per le aziende.

Si discuterà attorno al volume “Socialing. Un nuovo equilibrio tra consumatori, imprese e mercati” (editore Franco Angeli), scritto da Andrea Farinet, Professore Associato di Economia e Gestione delle imprese della LIUC – Università Cattaneo e Presidente del Socialing Institute.

Il socialing (“un neologismo composito che nasce dalla fusione di “social” e “marketing” e rappresenta la volontà di avvicinarsi al mondo della cultura economico – aziendale, di quella economico – digitale e del cosiddetto terzo settore”) nasce da un ripensamento della vita economica contemporanea e scaturisce dall'urgente necessità di umanizzarla riportando l'essere umano al centro dell'attenzione. In particolare, secondo Farinet, la digital transformation e i nuovi media rendono possibile un cambiamento reale dei mercati e del rapporto con i consumatori. Tra i temi trattati nel libro, il customer respect, la trasparenza dei mercati, la socialing innovation, il chilometro verde, i social network.

A partire dal volume, si confronteranno nel corso dell'incontro numerosi esperti tra cui Remo Lucchi (Presidente di Eumetra Monterosa) e Alberto Contri (Presidente della Fondazione Pubblicità Progresso).

“Urge trovare nuovi paradigmi che sappiano rimetterci in una carreggiata positiva e che sappiano riconciliarci con il nostro pianeta. Gli autori di questo testo lo mettono in evidenza in maniera chiara e coinvolgente, avanzando proposte di carattere innovativo” : Carlo Petrini, fondatore di Slow Food, dalla prefazione di “Socialing. Un nuovo equilibrio tra consumatori, imprese e mercati”.

### **PROGRAMMA**

16.15 Registrazione

16.30 Le connessioni emotive tra clienti e azienda: come migliorarle?

Andrea Farinet

Prof. Associato di Economia e Gestione delle imprese LIUC – Università Cattaneo Presidente del Socialing Institute

16.45 L'evoluzione dei consumi in Italia: scenari ed opportunità

Remo Lucchi

Presidente Eumetra Monterosa

17.00 L'innovazione sociale: situazione e nuove tendenze

Marco Meneguzzo

Prof. Ordinario di Economia delle aziende e Amministrazioni pubbliche Università Tor Vergata – Roma

17.15 Il ruolo dei social network per la responsabilità sociale d'impresa

Alberto Contri

Presidente Fondazione Pubblicità Progresso

17.30 La digital transformation per la motivazione. I Leader digitali

Paolo Ferrarese

Docente a contratto di teorie e strumenti per la gestione del personale Università di Milano Bicocca.  
Responsabile dello sviluppo organizzativo di Trenord

17.45

Tommaso Lippiello

Lo scenario dei Social Media in Italia: opportunità e inte(g)razioni future  
Founder di SocialMediaLife.it

18.00 Social network e customer respect: le nuove prospettive

Federica Baccin

Social Media Marketing Specialist LIUC – Università Cattaneo

[Redazione VareseNews](#)

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)