

I “super brand” si raccontano alla Liuc

Pubblicato: Martedì 15 Ottobre 2019



Martedì 22 ottobre 2019 nell’aula Bussolati della Liuc sarà l’occasione di ascoltare dalla viva voce di **Disney, Mulino Bianco, Fastweb e Leroy Merlin** come stanno mettendo in pratica i principi dell’essere Superbrands. Il convegno vuole approfondire il contesto attuale in cui marketing e comunicazione vivono momenti di profondo ripensamento e si propone al percorso di “Comunicazione, marketing e new media”, come stimolo per approfondire le **nuove logiche del mercato** e il loro impatto sulle **strategie di marca**.

Nel contesto economico attuale, caratterizzato da una sempre maggiore velocità di cambiamento dei mercati, **quali sono gli ingredienti per essere** considerati dei **veri Superbrands?** «Sicuramente la rilevanza per il consumatore, il rispetto della componente etica e della sostenibilità, la creazione di una connessione emotiva con i clienti e una forte competitività sul prezzo», indica **Andrea Farinet**, professore Associato di **Economia e Gestione delle Imprese alla LIUC** che introdurrà all’incontro in programma. “Il convegno sarà una bella opportunità per gli studenti LIUC di scoprire quali strategie stanno mettendo in campo grandi realtà, come quelle presenti in aula, per reagire alla trasformazione digitale in atto».

Perché abbiamo bisogno di Superbrands lo spiegherà, invece, **Sergio Tonfi, docente di Comunicazione aziendale alla LIUC:** «Nel contesto di un possibile nuovo paradigma sociale più equo e sostenibile, l’eccellenza di marca assume un valore inestimabile per competere con successo e costituisce l’elemento strategico fondamentale per affrontare sfide sociali e ambientali sempre più complesse – **sostiene Tonfi** – Alla superiorità qualitativa dei prodotti e servizi offerti bisogna che i brand aggiungano la garanzia di esperienze eccellenti vissute e riconosciute da clienti e consumatori. Solo così possono essere chiamati Superbrands. Perché usano l’innovazione, l’autenticità e la responsabilità come driver della loro crescita sul mercato e scelgono un “purpose” valoriale per indirizzare l’impegno aziendale verso il reale miglioramento della qualità della vita delle persone e della società». Di seguito le testimonianze di brand autorevoli e famosi prima delle domande degli studenti.

PROGRAMMA

15.45 Registrazione dei partecipanti

16.00 Saluto

Federico Visconti

Rettore, LIUC – Università Cattaneo

16.10 Introduzione all’incontro

Andrea Farinet

Professore Associato di Economia e gestione delle imprese LIUC – Università Cattaneo

16.20 Perché abbiamo bisogno dei Superbrands?

Sergio Tonfi

Docente di Comunicazione aziendale, LIUC – Università Cattaneo – Editor & Promoter, Superbrands

16.30 Testimonianze aziendali

Ileana Cappelletti,

Senior Marketing Manager Disney

Valentino Coda Canati

Direttore Marketing Customer Base, Fastweb

Stefania Savona

Communication and brand Director, Leroy Merlin

Julia Schwoerer

Vice President Marketing, Mulino Bianco

17.45 Sessione di domande e risposte

18.00 Chiusura dei lavori

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it