

Il **MIP**, la Business School del Politecnico di Milano, è dal 1979 uno dei più prestigiosi Enti di formazione permanente per laureati di tutte le discipline, orientati verso il mondo manageriale e imprenditoriale. Insieme al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, fa parte della School of Management del Politecnico di Milano che accoglie le molteplici attività di ricerca e formazione nel campo del management, dell'economia e dell'industrial engineering. Lo stretto rapporto che il MIP ha con il mondo delle imprese contribuisce allo sviluppo di progetti di formazione e di ricerca applicata, sempre più vicini alla realtà ed alle esigenze del mercato.
www.mip.polimi.it

INVITO

VALUE LAB società di consulenza in direzione aziendale e management, dal 1990 lavora con clienti nazionali e internazionali sul mercato italiano e sui mercati stranieri. Svolge attività di consulenza di management, analisi di marketing, ricerche di mercato, analisi geografiche e statistiche, progetta e realizza sistemi informativi per il marketing, è specializzata nelle aree del marketing, del Customer Relationship Management, della Business Intelligence e del Data Mining. E' presente con una sede a Milano e una a Roma e opera con un team di lavoro di 50 persone.
www.valuelab.it

L'Italian Style nei paesi emergenti: mito o realtà?

In collaborazione con



*I posti sono limitati. Si prega di richiedere l'invito
compilando il form di registrazione sul sito:
www.mip.polimi.it/style*

Tassi di crescita del Prodotto Interno Lordo a due cifre (come in Cina e India), crescita vertiginosa del numero di acquirenti di beni di lusso – il mercato del lusso in Cina, ad esempio, cresce mediamente del 60% all'anno e vanta circa 170 milioni di potenziali clienti – hanno indotto molte imprese dell'Italian Style ad avviare progetti aggressivi di entrata nei mercati del cosiddetto BRIC (Brasile, Russia, India e Cina).

Tali mercati presentano tuttavia caratteristiche di grande specificità, che devono indurre ad attente riflessioni:

- in India, oltre il 50% della popolazione è costituita da giovani al di sotto dei 25 anni;
- in Cina, il concetto di lusso è stravolto rispetto al mondo occidentale: i consumatori cinesi vedono infatti in tali prodotti l'opportunità di entrare in relazione ed appartenere ad un gruppo (ampio) di aspirazione, valutando negativamente l'attributo di esclusività del prodotto;
- in Russia prevale, invece, un senso di edonismo esibizionista, che porta le persone a privilegiare prodotti "vistosi".

A qualche anno di distanza dalle prime esperienze pionieristiche, quali risultati hanno dunque ottenuto le nostre imprese? Stiamo davvero sfruttando tutto il nostro potenziale? Sono, questi, quesiti a cui non è possibile sottrarsi per apprendere al meglio dall'esperienza passata e valorizzare, in chiave prospettica, gli asset chiave dell'Italian Style. In questa prospettiva, il convegno si propone – attraverso l'analisi di alcuni casi di successo e il contributo di autorevoli esponenti del mondo del Fashion e del Design – di presentare un quadro conoscitivo organico sui comportamenti di acquisto dei beni di lusso dei consumatori dei Paesi emergenti e di illustrare scelte strategiche e strategie distributive adottate dalle imprese che hanno affrontato con successo l'entrata in questi nuovi mercati.

14.30-14.45 **Introduce e Presiede**

Umberto Bertelè

Presidente, MIP Politecnico di Milano

14.45-15.30 **Il mercato del lusso: uno sguardo di insieme**

Comportamenti di acquisto nei mercati emergenti

Marco Di Dio Roccazzella

Partner, Value Lab

I brand stranieri del lusso: strategie perseguite e risultati ottenuti

Giuliano Noci

Ordinario di Marketing, Politecnico di Milano

15.30-16.30 **Le pietre miliari dell'Italian Style, le esperienze di:**

Franca Sozzani

Direttore, edizioni Condè Nast

Jacopo Etro

Fashion designer, Etro

16.30-17.00 **Creatività e gestione dei talenti come fattore di successo dell'Italian Style**

Special guest: Lyn Heward

17.00-18.00 **TAVOLA ROTONDA**

Italian Style nel mondo: quale futuro?

Guido Chiovato

Amministratore Delegato, Leo Burnett-Torino

Giorgio Correggiari

Designer

Arturo Dell'Acqua Bellavitis

Direttore, Dipartimento di Industrial Design, Arti, Comunicazione e Moda Politecnico di Milano

Marco Mantovani

Presidente e fondatore, Locman

Paolo Marai

President & Ceo, Vertime S.A., Versace Precious Items

Gianni Materassi

Direttore commerciale, Safilo

Antonella Padova

Global HR director, Tod's Spa

Moderatore

Marcella Gabbiano

Giornalista de La Repubblica