

Prezzo, Qualità: quale concorrenza?

a cura di Consumers' Forum

Obiettivo del workshop è di stimolare il dibattito sulle differenze d'approccio di due modelli economici preponderanti nel mercato attuale regolato dalla concorrenza: il modello economico che si fonda sulla competizione in base a logiche di prezzo e l'opposto modello economico che basa la competizione su logiche di qualità. Due approcci strategici, due modi di stare nel mercato che determinano e sono determinati a loro volta dalle scelte del singolo consumatore: la concorrenza di prezzo, che si riferisce al mondo della quantità, della facilità, del breve termine e la concorrenza di valore, che si riferisce al mondo della qualità, del futuro, della creatività, del lungo termine.

Evoluzione e Scenari della cultura della marca e del consumo.

a cura di Giampaolo Fabris

La disponibilità a spendere per un bene viene messa in relazione al suo prezzo, alla sua qualità ed anche al livello complessivo di acquisto cui si aspira. E' una valutazione sempre soggettiva, dal momento che considera la pluralità delle nuove alternative di offerta cui non si vuole rinunciare. E' per questo che lo stesso stereotipo del *value for money* è evoluto verso un più contemporaneo concetto di *value for me*, secondo la definizione di Fabris, dove *value for me* sottolinea l'affermarsi nei singoli consumatori di paradigmi di valutazione più complessi e individualizzati. Alla crescente complessità dell'universo del consumo, si aggiunge l'emergere di nuove formule distributive all'insegna della convenienza di prezzo. In questo contesto, la "tradizionale" equivalenza tra prezzo basso e cattiva qualità così come tra prezzo più elevato e ottima qualità è insufficiente a spiegare i fenomeni in atto e a volte addirittura corre il rischio di apparire superficiale.

Ne discuteranno esponenti del mondo delle imprese e delle loro rappresentanze, dell'AGCM, dei sindacati ed esperti di consumerismo.



PREZZO, QUALITÀ: QUALE CONCORRENZA?

Roma - 29 gennaio 2008
h 10.00 - 13.00

Sala Danilo Longhi - Unioncamere
Piazza Sallustio, 21 - Roma

Apertura dei lavori

Lorenzo Miozzi

Presidente Consumers' Forum

Relazione

Giampaolo Fabris

Presidente del Corso di Laurea
in Scienze della Comunicazione Università
San Raffaele di Milano

**Evoluzione e scenari
della cultura della marca
e del consumo**

Moderata

Nicoletta Picchio

Giornalista de Il Sole 24 Ore

Ne discutono

Pier Paolo Baretta

Segretario Generale Aggiunto CISL

Diana Bracco*

Presidente Assolombarda

Francesca Ferri

Direttore Generale per la tutela
del Consumatore AGCM

Ernesto Illy

Presidente Centromarca

Antonio Lubrano

Giornalista - Esperto tematiche
consumeriste

Giuseppe Sverzellati

Direttore Confservizi

Giuseppe Tripoli

Segretario Generale
Unioncamere

Massimo Viviani

Direttore Generale
Federdistribuzione

Intervengono

Rappresentanti delle Associazioni
dei consumatori e delle aziende

Segue light lunch

R.S.V.P consumersforum@vivagroup.it

Segreteria organizzativa Vivagroup srl

tel 06.58333134/98 fax 06.5809465

www.consumersforum.it