

II COMMERCIO E IL MARKETING DI FILIERA AL CENTRO DI BIG & SMALL A ROMA IL 27 E 28 OTTOBRE

18 ottobre 2011 14:46 [0 comments](#)

RDN
ROMADAILYNEWS

**IL SITO DI INFORMAZIONE DI ROMA
AGGIORNAMENTI 24 ORE SU 24**

Sarà una full immersion nell'universo del commercio e del marketing di filiera, un convegno che affronterà temi importanti come il "made in", l'internazionalizzazione e l'evoluzione dei consumi.

"Big&Small, giunto alla sua quarta edizione – spiega l'On. Bordoni, Assessore alle Attività Produttive di Roma Capitale – si conferma punto di riferimento accreditato per il settore delle attività produttive e luogo ideale di confronto tra enti, istituzioni, associazioni di categoria e realtà economiche".

Quindi grande attesa per la due giorni che si svolgerà a Roma, presso l'Hotel Rome Cavalieri di via A. Cadlolo 101, giovedì 27 e venerdì 28 ottobre.

"Big&Small – spiega Mauro Loy, Amministratore Unico della Methos, la società di consulenza di marketing che dal 2008 organizza la convention – già dal nome dichiara il suo intento principale che è quello di dar voce tanto al grande, e quindi al mondo della distribuzione organizzata, che al piccolo, ovvero il dettaglio definito "tradizionale" che oggi è un vivace protagonista dello scenario distributivo. Il nostro impegno quotidiano nell'analizzare i fenomeni economici, politici e sociali per creare soluzioni innovative per lo sviluppo delle imprese, raggiungerà la massima espressione il prossimo 27 e 28 ottobre, quando i numeri uno dell'economia, della finanza, della distribuzione e della produzione si siederanno al tavolo di Big&Small. Un'occasione per analizzare il difficile scenario attuale e per cercare insieme di sviluppare nuove idee per il cambiamento".

Il convegno si snoderà attraverso tre momenti definiti ma collegati tra loro. Il pomeriggio di giovedì 27 (apertura ore 17.00) avrà come tema "Il commercio e le attività produttive: dal "made in" alla competitività internazionale". Sul palco si alterneranno, tra gli altri, relatori del calibro di Pietro Modiano (Presidente Nomisma), Giuseppe De Rita (Presidente Censis), Valerio Valla (Partner Studio Valla) e Pier Paolo Celeste (esperto di internazionalizzazione) che affronteranno argomenti di scottante interesse come lo scenario economico italiano, l'impatto della recessione stile sugli stili di vita, i mercati internazionali come opportunità per le imprese italiane.

Ricca di spunti anche la seconda giornata, quella di venerdì 28 ottobre (apertura ore 10.00). In mattinata riflettori puntati su "I rapporti nella filiera agroalimentare, tra conflittualità e collaborazione". Non mancheranno approfondimenti di alto profilo su filiere fondamentali del comparto come vino (con Rolando Chiossi, Vicepresidente del Gruppo Italiano Vini) e olio (con Giovanni Di Genova, Coordinatore del Mipaaf) ed excursus sul nuovo ruolo dei centri agroalimentari (con Fabio Massimo Pallottini (Direttore Generale Car Sepa) nonché sull'importanza della certificazione e sul rapporto tra industria e distribuzione.

La chiusura, nel pomeriggio di venerdì (con inizio alle ore 14.00), vedrà al centro dei lavori "Ipermercati, Superstore e grandi superfici specializzate. I nuovi scenari di innovazione e sviluppo", con interventi di qualificati esperti che tratteranno i temi più caldi della grande distribuzione organizzata, anello essenziale tra il mondo della distribuzione e l'universo dei consumatori.

“Consumatore che Methos pone comunque al centro del convegno – conclude Loy – studiandone caratteristiche e tendenze in questo momento di particolare congiuntura economica. A Big&Small parleremo infatti delle scelte delle famiglie italiane in questa delicata fase di contrazione economica e le confronteremo con quelle degli altri Paesi europei. Scopriremo così che ad un consumatore vulnerabile, attento alla qualità, al prezzo e alla ricerca di rassicurazione durante il processo d’acquisto, risponde una distribuzione che ha messo al centro dei processi di razionalizzazione la prossimità. Quest’ultima si configura come un’opportunità, sia per i Big che per gli Small, di intercettare nuovamente un consumatore nomade e sprecone che, durante l’anno, getta nella spazzatura oltre 400 euro di prodotti alimentari non consumati”.

0