



UNC  
CONSUMATORI.IT

## Cose da non credere 2019, investigando sul nuovo consumatore

09 Luglio 2019



Settima edizione di **“Cose da non credere”**, l’evento organizzato da Unc e dedicato alla **consapevolezza dei consumatori**. Nuova location, il **We-Gil di Roma**, struttura di architettura razionalista degli anni Trenta, utilizzata come palestra dai giovani del tempo, ma soprattutto format del tutto innovativo: i partecipanti (addetti ai lavori, portatori di interesse, protagonisti della comunicazione, rappresentanti delle aziende, etc.) si sono messi in gioco in una vera e propria **investigazione** da film giallo per scoprire l’**“assassino”**, cioè le nuove **tendenze di consumo**.

Divisi in quattro **investigation room** contraddistinte da un colore, gli ospiti hanno lavorato in gruppi per un’ora, seguendo gli indizi messi a disposizione per delineare l’identikit del **“nuovo”** consumatore e i suoi stili di acquisto. A vivacizzare la discussione, la presenza degli attori della **“Compagnia della farfalla”** che con le loro incursioni hanno dato un tocco artistico al pomeriggio, ma anche un contributo all’indagine portando alcuni **indizi fisici**.

Alla fine dell’investigazione il Presidente di Unc **Massimiliano Dona** e il professor di

marketing all'Università Roma Tre, **Carlo Alberto Pratesi** hanno svelato il volto e le caratteristiche dei quattro personaggi su cui i presenti hanno ragionato (anche in maniera molto fantasiosa!) per tutta l'ora precedente; ecco dunque materializzarsi in plenaria il **giovane startupper** italo-filippino Bryan Natavio, ideatore di un software che semplifica ai ristoratori la gestione del food delivery; la **mamma blogger** Flora Pellino appassionata di sport e moda, ma con un occhio al risparmio; la **manager** Stefania Sammartano, donna in carriera attenta all'alimentazione, che si muove in bicicletta o monopattino elettrico e quando è il caso di festeggiare predilige lo champagne; l'**avvocato over 60** Fabio Pulsoni, amante della buona cucina e delle auto di lusso con una predilezione per la tecnologia fuori e dentro casa.

Non è stato facile per i nostri detective scoprire chi ci fosse dietro gli indizi e proprio questo era il senso del gioco: non esiste più un **consumatore stigmatizzato dentro gli schemi** (dal canale di acquisto alle marche a cui è affezionato, passando per l'utilizzo dei social network e il tipo di alimentazione), ma siamo di fronte ad una tale segmentizzazione che può capitare ad esempio che un'appassionata di shopping consideri i suoi marchi di riferimento Louboutin e H&M, così come un ventenne non sia interessato ai social e un sessantenne sia entusiasta della tecnologia e dialoghi con la sua a casa attraverso l'assistente vocale di Amazon

Per dovere di cronaca ad aggiudicarsi il premio in palio è stata la squadra viola che ha investigato per scoprire l'identikit di Fabio Pulsoni (che era in incognito nel suo gruppo!).

Al professor Pratesi il compito di concludere questo pomeriggio di **investigazione**, di **gioco**, di **ricerca** ma anche, come consuetudine, di confronto e crescita con una relazione dal titolo **"Il poco che spiega il tanto: dal marketing al customering passando per gli small data"**.

**Per rivivere le emozioni di "Cose da non credere" 2019 guarda le foto**

**Guarda il video dell'evento**

**Autore:** Simona Volpe

**Data:** 9 luglio 2019