



AMBIENTE
UTILITIES

URBANISTICA
IMMOBILIARE

FINANZA
LEGALE

DISTRIBUZIONE E LOGISTICA
GDO

MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE
PERSONALE E FORMAZIONE

COMMERCIALE E VENDITE

COMUNICAZIONE E MARKETING

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
SANITA'

TECNOLOGIE

Strategie, leve
e canali di comunicazione per il

Baby e Kid Marketing

Milano, 26 febbraio 2008 - StarHotel Ritz

Il mercato di baby e kids in Italia
e la segmentazione dei piccoli consumatori

La conoscenza e l'utilizzo delle marche
nelle comunità di stranieri in Italia

Le restrizioni legali della comunicazione pubblicitaria
per i bambini

I fattori emotivi e razionali
nei processi d'acquisto delle mamme

La traduzione di valori in immagini e messaggi promozionali

Il trend setting per consolidare il brand

I programmi preferiti tra icone, contenuti
e nuove forme di comunicazione

I programmi delle conferenze
sono online

www.somedia.it

SOMEDIA



Strategie, leve
e canali di comunicazione per il

Baby e Kid Marketing

Milano, 26 febbraio 2008 - StarHotel Ritz

Nell'attuale scenario, caratterizzato da contrazione dei consumi, rivoluzione della composizione etnica e demografica del mercato e inasprimento della competizione, mamme e bambini rappresentano un target decisivo per i produttori di beni e servizi di largo consumo. Se per i prodotti destinati alla prima infanzia la comunicazione, diretta a consumatrici esigenti e selettive, deve armonizzare leve emotive e contenuti informativi, i messaggi dedicati a bambini e pre-adolescenti devono inoltre tenere conto di gusti mutevoli, desideri imprevedibili e linguaggi in continua evoluzione. Il convegno che Somedia organizza a Milano il prossimo 26 febbraio analizza i codici di comunicazione emergenti e le istanze emotive e razionali di strategie di marketing rivolte ai bambini nel percorso di trasformazione da fruitori passivi a soggetti decisionali autonomi, in grado di orientare significativamente le preferenze di marca e gli acquisti del nucleo familiare.

GLI ARGOMENTI

- Gli stili di consumo e la capacità di spesa per il segmento baby e kid
- L'incidenza dei consumi dei bambini stranieri in Italia
- La segmentazione dei piccoli consumatori in base a genere, età e contesto familiare
- Il quadro normativo della comunicazione pubblicitaria ai bambini
- Le regole in materia di promozioni, sorprese e concorsi a premi
- Fattori emotivi e razionali nei processi d'acquisto delle mamme
- Le fonti informative più efficaci: televisione, Internet, carta stampata, passaparola
- La traduzione di valori in immagini e messaggi promozionali
- La creazione di un rapporto col brand oltre le mode
- Il trend setting per consolidare il brand
- Quando, quanto e perché i giovanissimi guardano la TV
- I programmi preferiti tra icone, contenuti e nuove forme di comunicazione

TARGET

- Direttore Marketing
- Direttore Comunicazione
- Product Manager
- Brand Manager
- Responsabile Sviluppo Strategico
- Responsabile Business Innovation



Coordina i lavori del mattino:

Giuseppe Albeggiani

Amministratore Delegato

ETNOCOM ETNOMKTG

9.00 Registrazione dei partecipanti

9.30 Apertura dei lavori a cura del Coordinatore

NUMERI, REGOLE E PROSPETTIVE DEL MERCATO DEI KIDS IN ITALIA

9.40 **IL MERCATO DI BAMBINI E RAGAZZI:
FATTI, CIFRE E TENDENZE**

- Quanto vale il mercato di baby e kids in Italia
- L'interazione tra genitori e figli nella famiglia italiana: punti fermi e principali cambiamenti in atto
- Gli stili di consumo e la capacità di spesa per il segmento baby e kid
- La segmentazione dei piccoli consumatori in base a genere, età e contesto familiare
- Le principali voci di spesa
- Le principali tipologie di comportamento e i fattori determinanti
- Verso un baby marketing multietnico?

Rosanna Savoldelli

Associate Department Manager

GFK EURISKO

D MARKETING

10.20 **L'INCIDENZA DEI CONSUMI DEI BAMBINI STRANIERI IN ITALIA**

- Gli stranieri come moving target
- I comportamenti d'acquisto degli stranieri: cosa, come e dove
- Focus su colazione, merendine e abbigliamento
- Integrazione o interazione: le frontiere della biodiversità culturale

Giuseppe Albeggiani

Amministratore Delegato

ETNOCOM ETNOMKTG

11.00 Coffee break

11.15 **LE REGOLE DELLA COMUNICAZIONE PER BAMBINI E RAGAZZI**

- Le restrizioni legali che regolano la comunicazione pubblicitaria ai bambini
- Le regole in materia di promozioni, sorprese e concorsi a premi
- Le implicazioni giuridiche della pubblicità per bambini nei diversi canali: TV, Internet, cinema ed editoria

Daniela MAININI

Avvocato

STUDIO MAININI E ASSOCIATI

LEVE E CODICI DI COMUNICAZIONE NEL MARKETING PER MAMME E BIMBI

11.45 **CODICI E CANALI DI COMUNICAZIONE PER LE NEOMAMME**

- Il mercato pubblicitario Baby e Kid, dimensione e caratteristiche
- Il target delle neo-mamme e la loro relazione con i media: peculiarità e opportunità
- Mamme e bambini: la reciproca influenza nella relazione con la comunicazione pubblicitaria

Andrea Fabrizio

Managing Partner

MEDIAEDGE:CIA

12.15 **SALUTE, SICUREZZA, AFFIDABILITA' E RICERCA: LE LEVE PER CONQUISTARE L'ATTENZIONE E LA FIDUCIA DELLE MAMME**

- La traduzione di valori in immagini e messaggi promozionali
- L'importanza dei contenuti informativi nel marketing dei prodotti per la prima infanzia
- Le leve per coinvolgere le mamme

Piero Bellotto

PR Manager

APRICA ITALIA

12.45 Spazio riservato alle domande

13.00 Colazione di lavoro

Coordina i lavori del pomeriggio:

Francesca Ronfini

Communication Director

DEEPBLUE

PICCOLI CONSUMATORI CRESCONO: COME CONQUISTARE IL TARGET DEI KIDS

14.30 **PRIME SCELTE: L'APPROCCIO DEI KIDS AI CONSUMI**

- Comunicare ai bambini senza perdere di vista i genitori
- Le principali esigenze ed interessi dei kids
- La creazione di un rapporto col brand oltre le mode
- Il trend setting per consolidare il brand

Alex Brunori

Direttore Creativo Associato

J.W. THOMPSON

15.00 **LE CAMPAGNE MEDIA DESTINATE AI "PICCOLI DECISORI" NELL'ESPERIENZA DI DANONE**

- Le leve per conquistare l'attenzione dei bambini
- E le mamme?
- Dove e come comunicare
- I risultati di alcune campagne

Marcella Bergamini

Media Director

DANONE

15.30 **L'EFFICACIA DEI CANALI DI COMUNICAZIONE PER RAGGIUNGERE I PICCOLI CONSUMATORI**

- L'offerta dei media finalizzata ai kids: miti del passato ed evoluzione di oggi

- Il ruolo dei diversi media nel coinvolgimento dei giovanissimi
- La TV, un mezzo in forte evoluzione: le regole dell'utilizzo di domani
- Gli Insight rilevanti per una comunicazione efficace

Francesca Ronfini

Communication Director

DEEPBLUE

16.00 **DISNEY: UN BRAND DI SUCCESSO PER LA FAMIGLIA**

- Disney Brand Values: la traduzione di valori universali e intergenerazionali in immagini e prodotti
- Un brand in evoluzione per rispondere ai cambiamenti sociologici, demografici e culturali
- Un brand mediatico: incorpora l'evoluzione delle modalità di fruizione e condivisione dei contenuti
- Attività sociali a sostegno del brand
- Alcuni progetti recenti in Italia

Daniela Gnocchi

Senior Marketing Manager - Corporate Marketing

THE WALT DISNEY CO. ITALIA

16.30 Spazio riservato alle domande

16.45 Sintesi e chiusura dei lavori
a cura della Coordinatrice

*Conferenza a cura di Margherita Chiatti
e Giovanna Della Valle*

MODALITA' D'ISCRIZIONE

QUANDO E DOVE

Martedì, 26 febbraio 2008 - STAR HOTEL RITZ - Via Spallanzani, 40 - 20129 Milano
Tel. 02.2055 - Fax 02.2951.8679

I partecipanti alla conferenza potranno pernottare presso lo STAR HOTEL RITZ usufruendo di una tariffa speciale. Si consiglia di prenotare telefonando in anticipo e facendo riferimento alla Conferenza.

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Per garantire il miglior servizio Vi preghiamo di inviare la scheda di iscrizione entro le ore 13 del giorno 25 febbraio 2008.

La quota di partecipazione comprende la partecipazione alla Conferenza, la colazione di lavoro, i rinfreschi e gli atti con le relazioni fornite dai relatori entro i tempi tecnici di stampa.

OPPORTUNITA' DI SCONTO

Early Bird: ne hanno diritto coloro che si iscrivono entro il 29/01/2008; alle iscrizioni pervenute entro tale data verrà applicato lo sconto del 10%.

Partecipazioni Multiple: le aziende o enti che iscrivono 3 o più partecipanti al convegno potranno usufruire di uno sconto del 15% sulla quota totale delle iscrizioni confermate.

N.B.: gli sconti non sono cumulabili tra loro né con altre promozioni

MODALITA' DI PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto di iscrizione, effettuando il versamento secondo le seguenti modalità:

● **Versamento sul c/c postale** nr. 39796206 intestato a: SOMEDIA S.p.A.

● **Assegno Bancario** non trasferibile intestato a: SOMEDIA S.p.A.

● **Bonifico Bancario** a favore di: SOMEDIA SpA - sul c/c 100000000511

Intesa Sanpaolo Spa - Ag. 11 di Milano

CIN Y - ABI 03069 - CAB 01612

IBAN IT36 Y030 6901 6121 0000 0000 511 - BIC BCITITMM

indicando il riferimento **MAKI/08, nome e cognome del Partecipante.**

Conferma di adesione alla Conferenza verrà trasmessa via mail, fax o telefono a ricevimento della scheda d'iscrizione completa dei dati richiesti e delle modalità di pagamento.

Si informa che tutte le operazioni inerenti la vendita di questo servizio saranno effettuate utilizzando i servizi postali. Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con Samedia S.p.A. per iscritto. Samedia si riserva la facoltà di comunicare la modifica o la cancellazione della Conferenza qualora non fosse raggiunto un numero sufficiente di partecipanti atto a garantirne il corretto ed efficace svolgimento.

MODALITA' DI DISDETTA

Le disdette pervenute alla Segreteria Organizzativa (a mezzo fax) **entro il 19/02/2008** daranno diritto al rimborso integrale della quota. Dopo tale data dalla quota sarà detratto il 25% per il rimborso spese. E' sempre ammessa la sostituzione del Partecipante. **Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 13.00 del giorno 25/02/2008.**

PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI D. LGS. 196/2003 INFORMATIVA E CONSENSO

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da Samedia S.p.A., nel rispetto della vigente norma e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle attività istituzionali proprie e delle sue collegate per finalità:

(i) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.

(ii) statistiche, di comunicazione commerciale anche interattiva, di promozione e vendita di prodotti e servizi

(iii) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normativa comunitaria.

Il trattamento potrà essere effettuato per conto di Samedia anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra. L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettificazione e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di Samedia S.p.A. Via Donatello 30 - 20131 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.

SCHEDA D'ISCRIZIONE

BABY & KID MARKETING

L'iscrizione deve pervenire entro le ore 13.00 del 25/02/2008 scegliendo tra le seguenti modalità:

■ **Fax** 02.26681191

■ **Internet** www.somedia.it

■ **Posta** SOMEDIA S.p.A.

la Repubblica/Le Conferenze - Via Donatello, 30 - 20131 Milano

N.B. In caso di più iscrizioni fotocopiare la scheda.

Per informazioni: Lorena Lazzarini - Tel. 02.70648.202

**PREZZO SPECIALE
PER CHI SI ISCRIVE
ENTRO IL
29/01/08**

nome	cognome	
<input type="text"/>		
funzione	telefono diretto	
<input type="text"/>		
Società		
<input type="text"/>		
settore di attività		
<input type="text"/>		
indirizzo ufficio		
<input type="text"/>		
città	CAP	provincia
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
telefono	fax	mail
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Società alla quale fatturare		
<input type="text"/>		
partita IVA	codice fiscale	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
data	timbro e firma	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Quote di partecipazione

● Conferenza

Euro 980 + 20% IVA

● **Ho diritto allo Sconto:**

Early Bird 10%

Partecipazioni Multiple 15%

(vedere a fianco "OPPORTUNITA' DI SCONTO")

trascrivere l'importo scontato

ALLEGRO

Assegno Bancario

Copia Bonifico Bancario

Versamento c/c Postale

N.B. NON VERRANNO ACCETTATE ISCRIZIONI SENZA LA COPIA DEL PAGAMENTO EFFETTUATO

Se non si desidera che le finalità previste al punto (ii) dell'informativa

a fianco vengano estese anche a prodotti/servizi di terzi, barri la casella qui accanto

la Repubblica
AFFARI & FINANZA

LE CONFERENZE

SOMEDIA