



università
iulm

presenta

in collaborazione con
altromercato

Aggiungi il giusto a tavola

Dati, visioni e azioni per un agire etico nella filiera alimentare

19 maggio 2025 ore 10-14

 **Università IULM, via Carlo Bo 1. Edificio IULM 6, Sala 146 (IULM Open Space) piano terra**

Il Convegno rappresenta un'opportunità unica per esplorare come i valori della sostenibilità e dell'etica stiano trasformando il mercato e il customer journey alla ricerca di una scelta alimentare più sostenibile.

Organizzato presso l'Università IULM di Milano, il Convegno unirà accademici, esperti di mercato, professionisti dell'industria per confrontarsi su dati, progetti e strategie che promuovono un approccio più consapevole al consumo. L'evento si articola in due parti: una panoramica sulle percezioni e comportamenti dei consumatori verso la sostenibilità e il ruolo attivo dei brand, e una riflessione sulle azioni concrete che aziende e organizzazioni stanno intraprendendo per un futuro più equo.

Altromercato, leader nel Commercio Giusto in Italia, condividerà inoltre la sua esperienza e i progetti innovativi che rendono la sostenibilità non solo un impegno, ma una realtà tangibile, un vero e proprio agire.

Moderatore: Paolo Iabichino, Scrittore Pubblicitario e Direttore Creativo

Programma Convegno

Dalle ore 10:00

Accoglienza, registrazione, welcome kit

Dalle 10:30 alle 11:20

Prima Parte: Capire per Agire

Dalle 11:20 alle 11:40

Coffee Time

Dalle 11:40 alle 12:30

Seconda Parte: Dall'evidenza all'azione

Dalle 12:30 alle 14:00

Light lunch e Networking con degustazione prodotti AM

Prima Parte: Capire per Agire

Dati, Percezioni e Storie: Il Nuovo Customer Journey verso la Sostenibilità

• **Intervento 1 “Verso un approccio etico ai consumi: a che punto siamo?”**



A cura di Daniela Corsaro, prof. Ordinario di Marketing dell'Università IULM e Giuseppe Convertini, General Manager Metrica Ricerche (Gruppo TradeLab).

Questo intervento presenterà gli highlights della ricerca condotta sull'evoluzione dei consumi e dei comportamenti di acquisto in mercati in forte trasformazione, sottolineando le motivazioni sottostanti il consumo etico, le barriere all'acquisto e i principali trend per il futuro.

• **Intervento 2: “Oltre l'etichetta: green & social washing nel food, tra percezioni e realtà”**



A cura di Donatella Cambosu: Giornalista | Cofondatrice di The Good in Town Società Benefit | Esperta di innovazione, sostenibilità, startup, società benefit | Partner di Forest Valley Institute.

Siamo davvero circondati da brand più etici e sostenibili... o solo da slogan meglio confezionati? Nel settore food, la corsa a vestirsi di verde e giustizia sociale è diventata una strategia di marketing tanto potente quanto rischiosa. Partendo dai risultati della ricerca che rivela come i consumatori siano sempre più attratti dalla sostenibilità, ma diffidenti rispetto alle asserzioni etiche, cercheremo di smascherare le forme più diffuse – e spesso nascoste nella supply chain – di greenwashing e social washing, Dall'analisi delle normative emergenti alle conseguenze reputazionali per chi “gioca sporco”, passando per casi studio, si arriverà a delineare un prossimo futuro in cui lo spazio per la fuffa comunicativa sarà sempre più stretto e il consumatore potrà fare scelte consapevoli, con l'aiuto delle nuove tecnologie e di un rinnovato ruolo di leadership sostenibile che può avere la distribuzione.

Seconda Parte: Dall'Evidenza all'Azione

Progettare il Futuro: Sostenibilità in Azione

• Intervento 3: “Made in Dignity: La Contaminazione Etica tra Profit e

Non profit”



A cura di **Marcello Patera, Business Developer MID Altromercato e Laura Bacchiega, Direzione Commerciale, Responsabile Sviluppo e Coordinamento, Progetti Commerciali di Esselunga.** Attraverso progetti come quello di Esselunga verrà illustrato un modello innovativo di contaminazione tra Profit e Non Profit, portando come esempio la co-progettazione di prodotti ad insegna del distributore (private label) con materie prime provenienti da filiera etica e sostenibile, nonché gli impatti reali e duraturi in termini di sostenibilità ambientale, sociale ed economica che ne derivano.

• Intervento 4 e chiusura: “Il Cioccolato che Fa Bene: Una Campagna tra Etica e Comunicazione”



A cura di **Paolo Iabichino, Scrittore Pubblicitario e Direttore Creativo.**

Partendo dalla presentazione del concept e della creatività della campagna Altromercato “Ma fa bene a chi? È buono per chi?” con la proiezione dello spot sul cioccolato, faremo un breve percorso attraverso diverse case history virtuose e non di brand activism e di comunicazione sociale e civile.

Light lunch, Networking e Degustazione prodotti Altromercato



IULM Food Academy ci farà degustare un light lunch preparato con prodotti e materie prime fornite da Altromercato, oltre ad alcuni snack dolci e caffè in assaggio.



in collaborazione con
altromercato