



THE SIGNALS

IN UN MONDO INCERTO,
I DATI CONTANO



DISRUPT OR BE
DISRUPTED



THE SIGNALS

ITALIA ai tempi del COVID-19: cigno o pipistrello

Settembre 2019 o un secolo fa?

IL CIGNO NERO – ma davvero?

34%

lo scoppio di un'epidemia

67%

una catastrofe naturale

60%

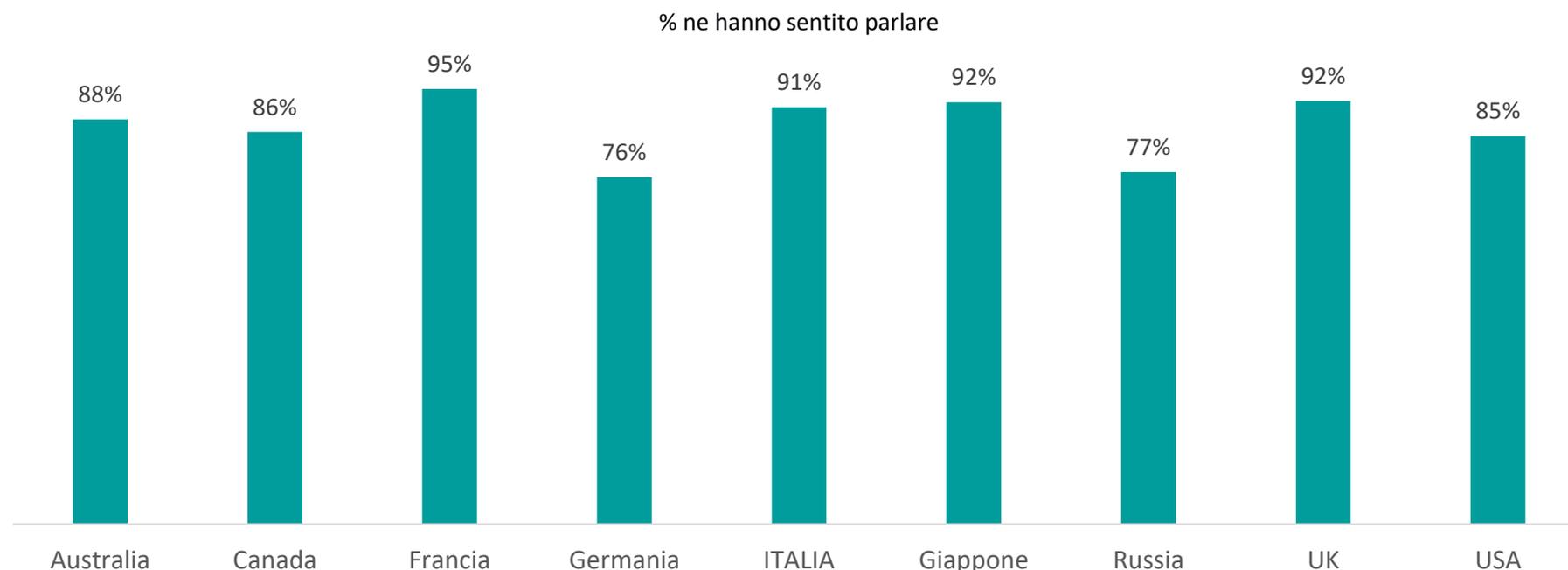
un attacco terroristico

53%

un attacco nucleare, biologico o chimico

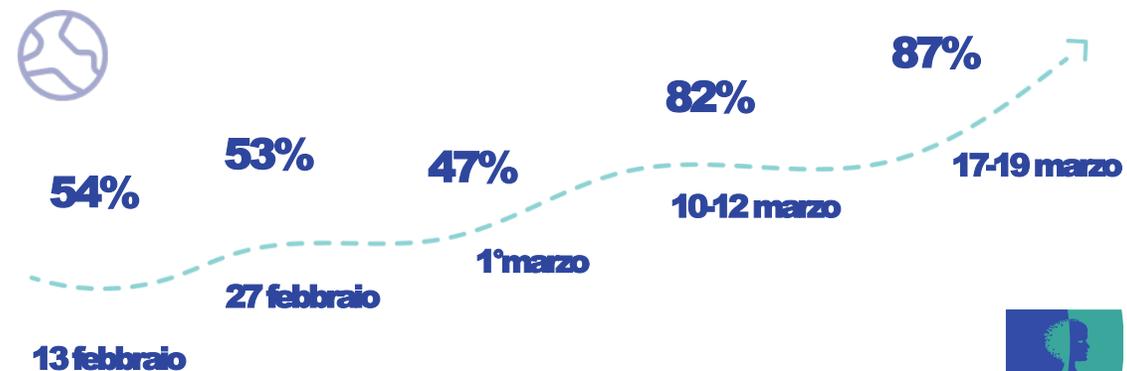
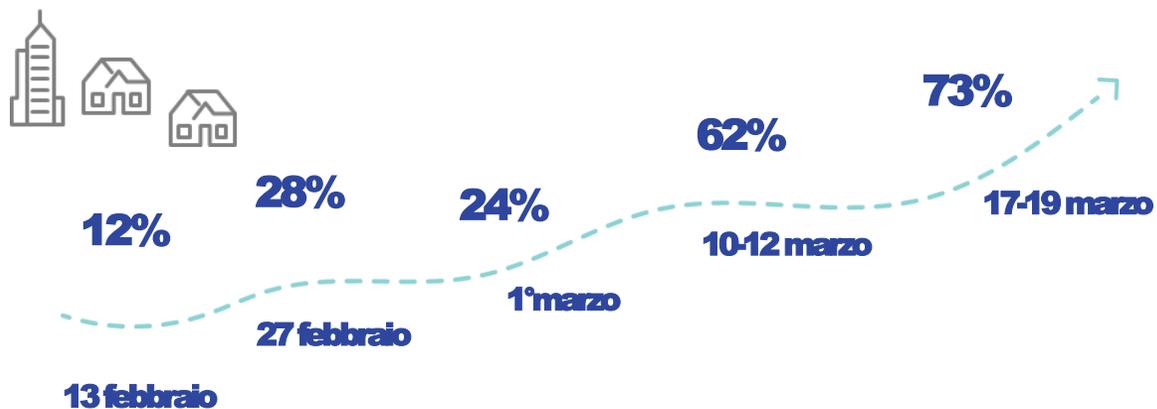
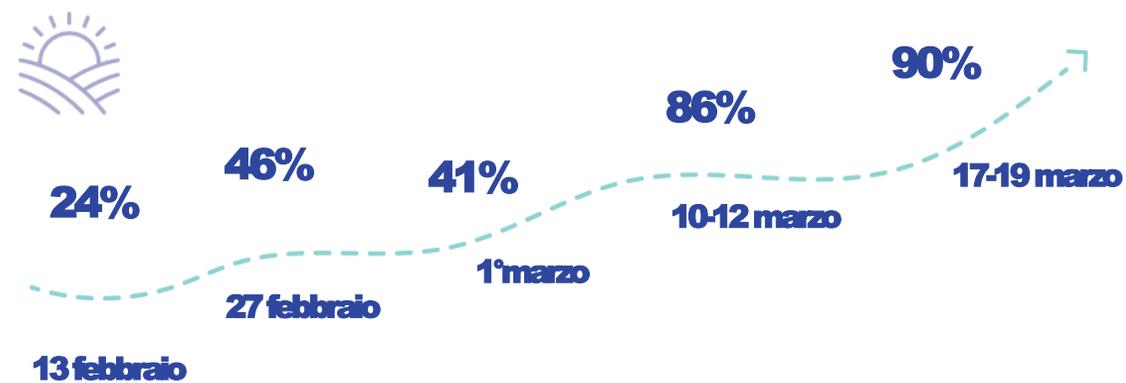
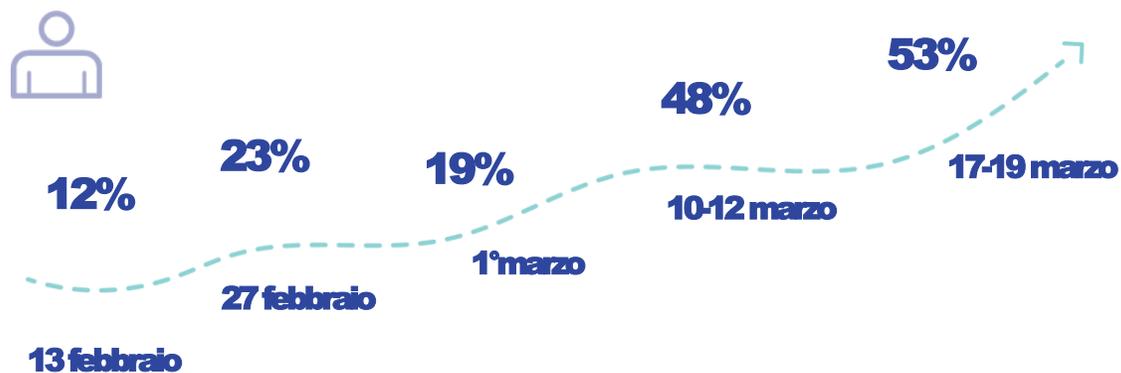


Febbraio 2020, sei settimane o sei mesi? Impossibile ignorare il pipistrello



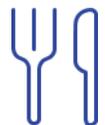
Oggi

In quattro settimane il mondo è cambiato



Domani

Voglia di normalità, voglia di relazioni



39 ANDARE A MANGIARE O A BERE FUORI



36 RIVEDERE I MIEI CARI



33 RIVEDERE GLI AMICI



26 FARE UNA PASSEGGIATA IN CENTRO



26 FARE UNA PASSEGGIATA NEL VERDE

Un tempo sospeso

Non per tutti. Il cambiamento talvolta è per il meglio



Un framework

Per leggere il cambiamento



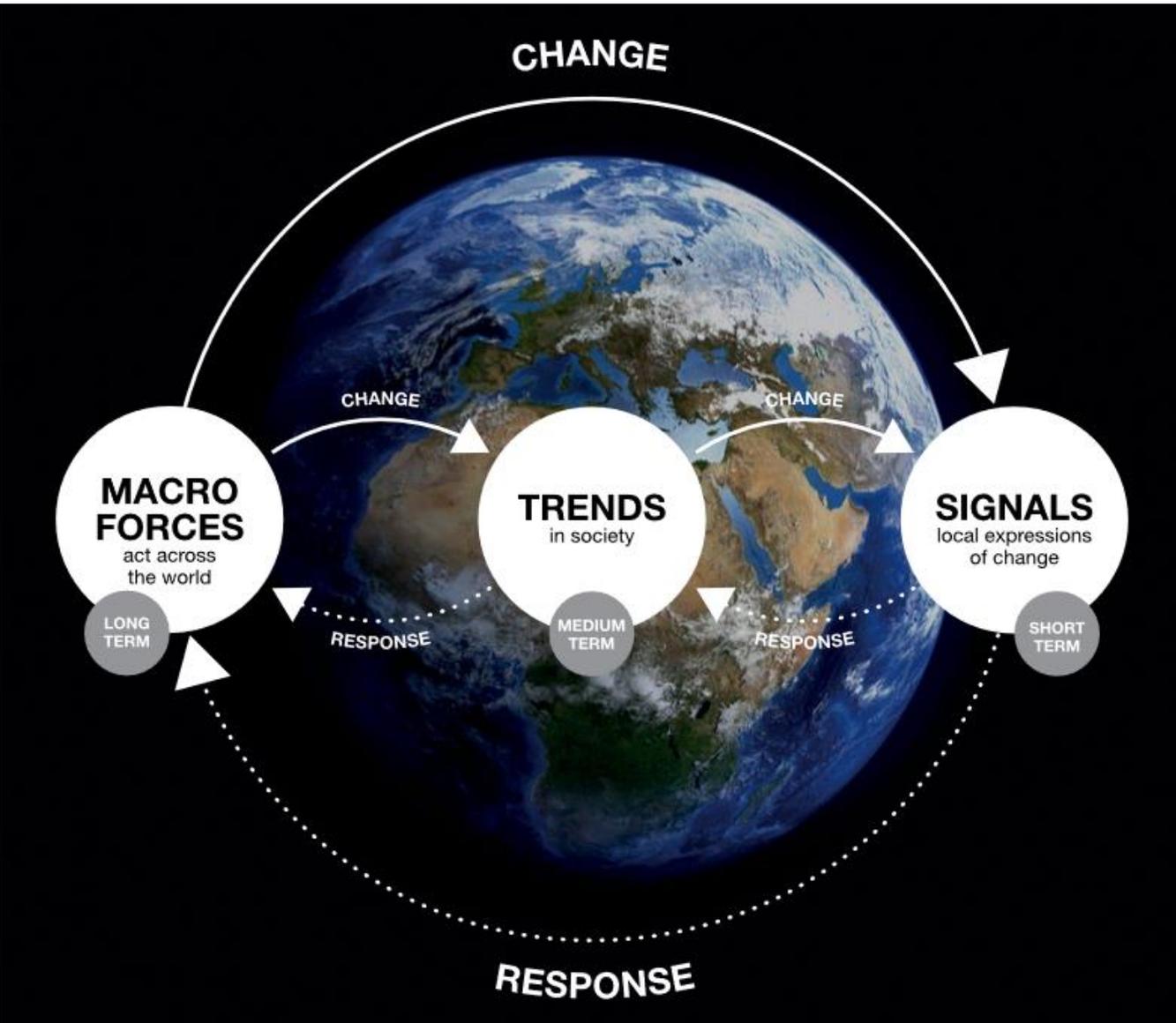
Il pianeta fragile



Il consumo consapevole



I farmers market



Per fare buone previsioni non bastano gli esperti

Everything is Obvious* *once you know the answer*

IL BOOM DELL'E-COMMERCE



UN RITORNO ALLA PROSSIMITÀ?

L'ACCAPARRAMENTO



LA LISTA DELLA SPESA?

MENO ROSSETTI E PIÙ FARINA



LA ROUTINE E LE PRIORITA'?

FAMILIARITA' / PREMIUM



AUTENTICITA'?

IL DUBBIO:

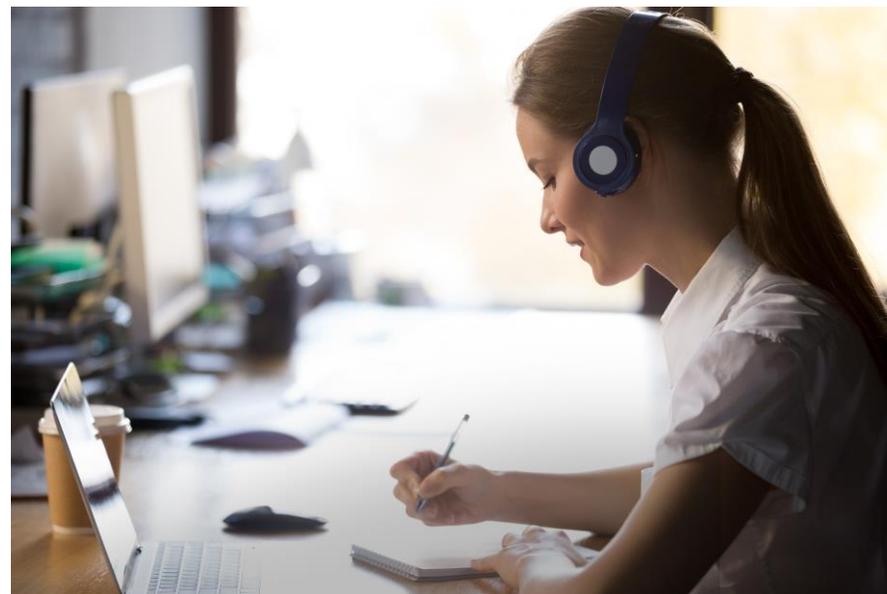
Vale la pena fare ricerche oggi?

Le persone hanno voglia in questo periodo di rispondere?

Le reazioni che raccogliamo sono influenzate dalla crisi?

I risultati delle ricerche saranno gli stessi dopo la crisi?

Le scelte aziendali che ne derivano sono corrette?



I PROSSIMI APPUNTAMENTI



- 6 aprile - **Come possono i brand rispondere alla crisi del Coronavirus?**
- 8 aprile - **Empathy e consumers centricity al tempo del Coronavirus**
- 14 aprile - **Come tutelare la reputazione aziendale in tempi di crisi**
- 16 aprile - **Comunicare all'epoca del Coronavirus: qualche risposta ai dilemmi delle marche**
- 21 aprile - **Innovazione & tecnologia per vincere la sfida del cambiamento**
- 23 aprile - **Mystery Calling: l'esperienza telefonica per generare fedeltà**
- 28 aprile - **Customer Experience: gestire il rischio durante il COVID-19**



GRAZIE!

Chiara.Ferrari@Ipsos.com

Nicola.Neri@Ipsos.com