

“Voglio andare a fare shopping, senza muovermi dal divano”

## L'esperienza di acquisto diffusa

#4

Il consumatore è orientato ad un comportamento sempre più digitale.

▶ **Priorità alla customer experience del commercio omnichannel e interconnessione dell'esperienza di acquisto.**

PLAYLIST

	<b>Shopping</b> Pet Shop Boys • 3:38	
	<b>Magic Shop</b> Franco Battiato • 4:11	
	<b>Alla fiera dell'Est</b> Angelo Branduardi • 5:25	

#5

## Sostenibilità inclusa nel prezzo

Il consumatore è sempre più critico ed esigente sul tema della **sostenibilità**.

▶ **Chiedono prodotti in grado di compensare il proprio impatto.**

“Voglio implementare il mio senso civico e diminuire il mio senso di colpa”

PLAYLIST

	<b>Un albero di 30 piani</b> Adriano Celentano • 4:05	
	<b>Mother Earth</b> Neil Young • 5:02	
	<b>Mal di terra</b> Giorgia • 3:23	

“Basta falsi proclami: amo le marche che promettono ciò che mantengono”

## Il brand purpose alla prova dei fatti

#6

Il consumatore si rivolge sempre più ai **brand impegnati** in modo concreto.

▶ **Chiedono prodotti i cui progressi circa gli obiettivi che le marche si sono dati siano misurabili.**

PLAYLIST

	<b>La promessa</b> Niccolò Fabi • 5:31	
	<b>L'impegno</b> Tre allegri ragazzi morti • 3:59	
	<b>Dimmi la verità</b> Sergio Endrigo • 3:28	

#7

## Il valore della privacy

Il consumatore è consapevole del valore dei propri dati.

▶ **Attenzione ai brand che li utilizzano in modo trasparente.**

“Non esistono servizi gratis: la nuova moneta sono i miei dati”

PLAYLIST

	<b>Privacy</b> Michael Jackson • 5:05	
	<b>Niente è gratis</b> Nerone • 3:12	
	<b>Senza pagare</b> J-Ax e Fedez • 3:30	