



IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE PER LA SOCIETÀ DI DOMANI – GENERARE VALORE E CAMBIAMENTO CULTURALE

L'ERA DEI MILLENNIALS: NUOVI MODELLI DI BUSINESS E DI CONSUMO

Milano, venerdì 16 novembre 2018





**TEMI E SFIDE AFFRONTATI
NELL'ADVISORY BOARD 2018**

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO
The European House - Ambrosetti

Settima edizione del Forum WPP/The European House – Ambrosetti

"Il Ruolo della Comunicazione per la Società di Domani – Generare Valore e Cambiamento Culturale"



WPP e The European House – Ambrosetti insieme

WPP

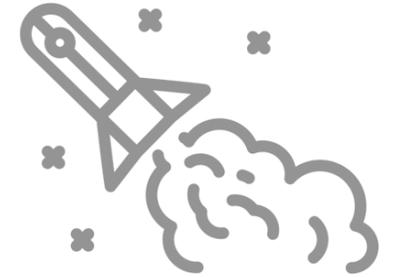
- WPP è leader mondiale nel settore communication services
- Del Gruppo fanno parte più di 150 imprese che lavorano con:
 - 369 delle aziende inserite nel Fortune Global 500
 - Tutte le aziende che fanno parte del Dow Jones 30
 - 71 delle aziende del NASDAQ 100
- Complessivamente per le Società WPP lavorano 200.000 persone, in 3.000 uffici dislocati in **112 Paesi**
- In Italia il Gruppo è presente con 55 società attive nei diversi ambiti del settore, per un fatturato complessivo di **400 milioni di Euro** e 2.500 dipendenti

THE EUROPEAN HOUSE – AMBROSETTI

- Per il quinto anno consecutivo è stata nominata - nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 indipendenti su 6.846 a livello globale nell'edizione 2017 del "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania
- Ogni anno realizza:
 - Più di 100 studi e scenari strategici da indirizzare a Istituzioni e aziende nazionali ed europee
 - Più di 300 eventi per la business community e le Istituzioni
 - Più di 70 attività di consulenza nei Patti di Famiglia e nei Sistemi di Governance delle imprese

Queste due realtà si mettono a disposizione dei Vertici della business community e delle Istituzioni per offrire stimoli, contenuti, elementi di riflessione e progettualità per comprendere i megatrend che interessano il mondo e migliorare l'attrattività e la competitività del Paese

Missione dell'iniziativa WPP/TEHA



Ingaggiare i decisori e la business community in riflessioni di alto livello sui principali trend e cambiamenti che interessano il Paese, al fine di **indirizzare in modo consapevole le strategie e le decisioni di investimento degli operatori del settore della comunicazione** e creare valore, occupazione e crescita

I pilastri metodologici dell'iniziativa



ADVISORY BOARD A GEOMETRIA VARIABILE

WORKING PAPER

WHY ITALY IS DEFINITELY ALIVE AND KICKING

POSITION PAPER

L'Advisory Board

1. **Aldo Bisio**, Amministratore Delegato, Vodafone Italia
2. **Fabio Caporizzi**, CEO, Burson Marsteller Italia
3. **Silvia Candiani**, Amministratore Delegato, Microsoft Italia
4. **Massimo Costa**, Country Manager, WPP Italia
5. **Marco Costaguta**, Fast Moving Consumer Goods Expert e Presidente, Ltp
6. **Valerio De Molli**, Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti
7. **Luca Garavoglia**, Presidente, Davide Campari
8. **Monica Maggioni**, Giornalista, Vicepresidente EBU - European Broadcasting Union, già Presidente Rai
9. **Francesco Pugliese**, Amministratore Delegato, Conad
10. **Gabriele Salvatores**, Regista e Sceneggiatore
11. **Cristina Scocchia**, Amministratore Delegato, Kiko
12. **Danilo Taino**, Editorialista, Corriere Della Sera
13. **Andrea Zappia**, Amministratore Delegato, Sky Italia

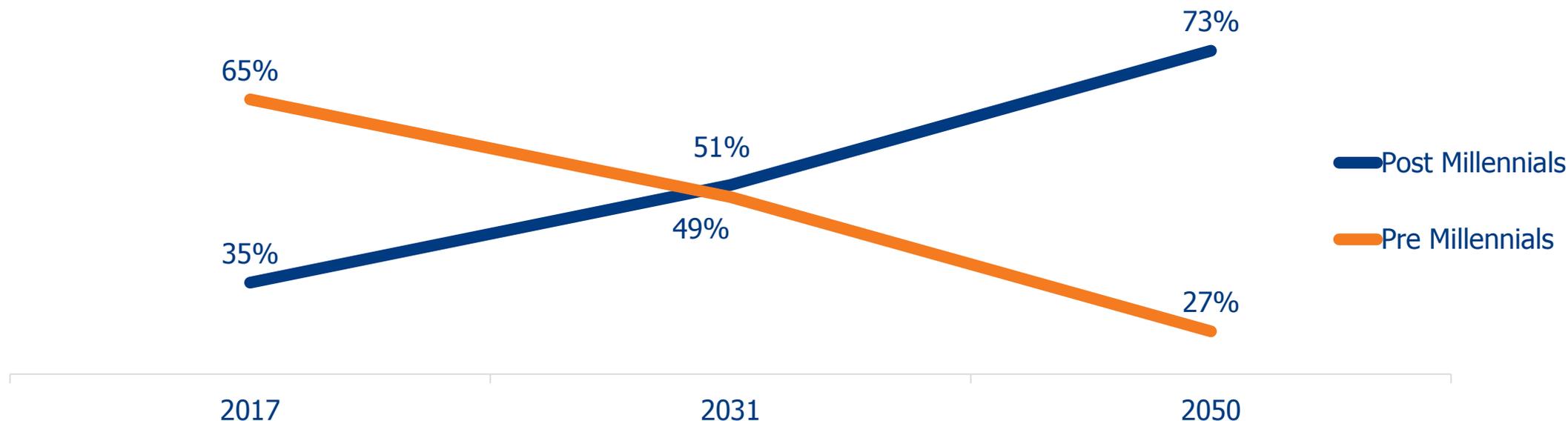


Il percorso 2018



Nel percorso di quest'anno abbiamo deciso di concentrarci sui Millennials

Evoluzione della popolazione appartenente ai Post Millennials*, Italia (valori percentuali), 2017-2050

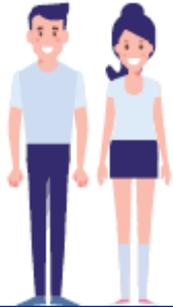


Le generazioni vengono definite da: data di nascita + eventi disruptive di tipo economico, sociale e politico + visione del futuro condivisa e il loro **approccio al consumo tende a restare costante nel tempo**

(*) è stata inclusa anche la Generazione Alpha (<10 anni)

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Federico Capeci, autore di "Post Millennial Marketing", 2018

A livello globale, la generazione dei Post Millennials* rappresenta il 40% della popolazione totale: si tratta della generazione più vasta di sempre



Millennials: 24%
(20-34 anni)

Metà anni '80
e fine anni '90



Gen. Z: 16%
(10-19 anni)

Fine
anni '90 e 2009

40% = 3 mld di persone

Popolazione di Millennials + Gen. Z (% sul totale)

MONDO
40%

CINA
35%

USA
34%

EU
30%

ITALIA
26%



Identificare le caratteristiche specifiche che definiscono la generazione dei Post Millennials rappresenta un **fattore di competitività molto importante per le imprese** che intendono dotarsi della capacità di instaurare e gestire una relazione con i propri clienti

(*) Millennials + Gen Z.

I tre Working Paper elaborati sui temi del 2018

1

WPP

L'ERA DEI MILLENNIALS: NUOVI MODELLI DI BUSINESS E DI CONSUMO

Sintesi del primo Advisory Board del 2018 WPP/The European House –
Ambrosetti Milano, 4 aprile 2018.

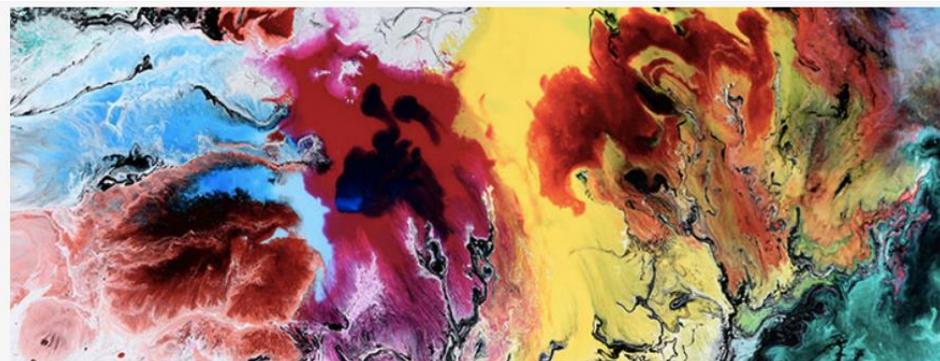


2

WPP

IL RUOLO DELL'INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA E DEI GIOVANI PER IL FUTURO DEL PAESE

Sintesi del secondo Advisory Board del 2018 WPP/The European House
– Ambrosetti
Milano, 11 giugno 2018



3

WPP

MILLENNIALS E COMPETENZE: QUALE RICETTA PER IL PAESE?

Sintesi del terzo Advisory Board del 2018 WPP/The European House –
Ambrosetti
Milano, 3 ottobre 2018



Il Position Paper 2018: "L'era dei Millennials: nuovi modelli di business e di consumo"

WPP Italia

 The European House
Ambrosetti

Il ruolo della comunicazione per la società di domani

Generare valore e cambiamento culturale

L'era dei Millennials: nuovi modelli di business e di consumo



INDICE DEGLI ARGOMENTI

Prefazione a cura di Massimo Costa	2
1. MISSIONE, LOGICHE E OBIETTIVI DELL'ADVISORY BOARD WPP/THE EUROPEAN HOUSE – AMBROSETTI	
1.1. L'Advisory Board e gli altri attori di questa iniziativa	5
1.2. Missione, obiettivi e logiche dell'iniziativa	6
1.3. Il percorso 2018	10
2. UNA FOTOGRAFIA DEI MILLENNIALS IN ITALIA E IN EUROPA	
2.1. Baby Boomers, Generazione X, Millennials, Generazione Z: 4 generazioni a confronto	13
2.2. Le caratteristiche distintive dei Millennials	17
2.3. Peculiarità e modalità di espressione delle giovani donne Millennials	24
3. MILLENNIALS E CONSUMI: QUALI REGOLE D'INGAGGIO?	
3.1. Consumi e Millennials: cosa ci dicono i numeri	29
3.2. Come cambiano le modalità di ingaggio dei Millennials nell'era della digitalizzazione	37
4. MILLENNIALS E COMPETENZE: QUALE RICETTA PER IL PAESE?	
4.1. Millennials e lavoro: le energie per la competitività futura del Paese	43
4.1.1. Le Energie digitali	46
4.1.2. Le Energie dei talenti	48
4.1.3. Le Energie delle dimensioni	54
4.1.4. Le Energie manageriali	55
4.2. L'agenda dell'Italia per promuovere e sostenere l'inserimento dei Millennials nel mercato del lavoro	57

Why Italy is definitely alive and kicking 2018

Criteri di scelta

- 1 Best Case**
 - Valorizzazione di alcuni **tratti distintivi del modo di fare impresa in Italia**, facendo emergere alcune imprese che si sono distinte per particolari livelli di competitività, orientamento all'innovazione e internazionalizzazione, **anche tramite acquisizioni**
- 2 Investimenti Diretti Esteri**
 - Focus sul fenomeno degli **IDE verso il nostro Paese** per analizzare casi di acquisizioni/investimenti produttivi che contribuiscono a migliorare l'immagine dell'Italia all'estero

Aziende selezionate



INTERPUMP
GROUP

enel x



Kiton



WPP distribuisce il rapporto in decine di migliaia copie in oltre 50 Paesi e, insieme a TEH-A, lo rende disponibile alla classe dirigente italiana ed europea

Why Italy is definitely alive and kicking: i Best Case degli anni passati



Tutti i documenti sono disponibili su www.ambrosetti.eu
eventi.ambrosetti.eu/forumwpp-theeuropeanhouse-ambrosetti

WPP Italia

[HOME](#) [DESCRIZIONE](#) [RELATORI](#) [DOCUMENTI](#) [ADVISORY BOARD](#) [f](#) [t](#) [in](#) [v](#) [Q](#)



IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE
PER LA SOCIETÀ DI DOMANI
GENERARE VALORE
E CAMBIAMENTO CULTURALE

MILANO, 16 NOVEMBRE 2018

MAGNA PARS
Via Tortona, 15 - Milano

#WPPTTEHA → *Comunicare, comunicare, comunicare!*

Il menù della mattinata di oggi

Millennials e Mercato: quali paradigmi emergenti?

Con Federico Capeci, Marco Costaguta, Francesco Pugliese, Cristina Scocchia

Millennials e Comunicazione: quali regole di ingaggio?

Con Andrea Zappia e Lorenzo Sironi

Millennials e competenze: quali prospettive per il Paese?

Con Valerio De Molli, Silvia Candiani, Danilo Taino, Aldo Bisio

Parola ai Millennials: storie di successo e imprenditorialità

Con Julian Melchiorri, Matteo Sarzana, Giuseppe Stigliano, Vittoria Gozzi, Matteo Polistina

Generazioni a confronto

Con Sofia Viscardi e Gabriele Salvatores

- Introduzione e chiusura di **Massimo Costa** (Country Manager, WPP Italia)
- Modera: **Ilaria D'Amico** (Giornalista e conduttrice, SKY Italia)



**KEEP
CALM...**

**... AND
COMMUNICATE
MORE AND
BETTER!!!**

Grazie per la Vostra attenzione



The European House

Ambrosetti

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti

Sito: www.ambrosetti.eu

E-mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu

Twitter: [@ValerioDeMolli](https://twitter.com/ValerioDeMolli) - [@TEHAmbrosetti](https://twitter.com/TEHAmbrosetti)