

**SLOW
BRAND
FESTIVAL**



Grande entusiasmo e partecipazione Per la sesta edizione dello Slow Brand Festival - #SBF2023



brandforum.it

Si è conclusa lo scorso 18 maggio, la **VI edizione dello Slow Brand Festival**, la prima dopo lo stop dovuto alla pandemia. **Grande partecipazione ed entusiasmo** da parte del pubblico, dagli studenti alle aziende fino personalità del mondo accademico, desideroso di “rallentare” per qualche ora e confrontarsi su tematiche *slow* che governano la vita quotidiana, lavorativa e non.

Oggi più che mai, nel flusso incondizionato di messaggi, attività, trend e involuzioni socioeconomiche a cui ogni consumatore è sottoposto, emerge la tendenza nel mondo del branding di innestare *“nuovi tempi in nuovi spazi, più a misura d'uomo”*. Si tratta di strategie e progetti capaci di **introdurre una efficace diluizione dei tempi di contatto con i propri stakeholder finalizzata alla creazione di nuove e più durature relazioni anche di business**. Agli spot rapidi, d'impatto e orientati esclusivamente alla vendita di un prodotto si affiancano sempre più contenuti brandizzati (di lunga durata) che intrattengono e che sono capaci di svelare altresì dimensioni valoriali, invitando a riflettere su tematiche sempre più sfidanti come ad esempio la sostenibilità.

Quest'anno infatti lo Slow Brand Festival, evento culturale ideato nel 2015 da **Patrizia Musso**, Direttrice e Fondatrice di **Brandforum.it**, in collaborazione con **l'Associazione L'Arte del Vivere con Lentezza** (fondata da **Bruno Contigiani**), **ALMED – Università Cattolica del Sacro Cuore**, **2B Research**, **Hole In One – Agenzia di Comunicazione** e il **Progetto #CogitoErgoWork**, ha cercato di fare luce su come qualsiasi brand, dalle grandi multinazionali alle PMI, possa sviluppare una strategia *slow* offline (ma anche online) e che attraversa varie generazioni di consumatori, dai Boomers alla Generazione Z.

L'evento è stato suddiviso in **due parti; la prima, a porte chiuse e su invito**, ha visto confrontarsi in 5 tavoli di lavoro i **15 giurati Under30** (brillanti **studenti universitari e neolaureati** facenti parte delle **Facoltà di Scienze Linguistiche** e del Corso di Laurea Magistrale in **Comunicazione per le Imprese, i Media e le Organizzazioni Complesse dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano**) con oltre **30 manager di importanti aziende nazionali e internazionali con seniority diverse**. Insieme hanno lavorato su come applicare concretamente la visione *Slow* al mondo del lavoro tramite un confronto intergenerazionale, che ha generato spunti di riflessione interessanti, e a volte anche inaspettati. È solo l'inizio di un progetto più ampio, che prenderà il via dal prossimo autunno.

La seconda parte invece, aperta al pubblico, ha visto lo **Slow Brand Festival** entrare nel vivo con la **premiazione delle aziende vincitrici delle 5 categorie Slow** (Slow Adv, Slow Boss, Slow Factory, Slow Place e Slow Web).

SLOW ADV 2023: Merck Italia – “Per te. Il nostro impegno incessantemente.”

Realizzata per Merck Italy in occasione del Colorectal Cancer Awareness Month 2023, è stata inserita un'attività di street graffiti a Milano, attuata grazie alla collaborazione e al lavoro di GreenGraffiti. La prevenzione per questo tipo di tumore è fondamentale. Merck, in virtù del suo impegno costante vuole esserci sotto questo aspetto e assicurare le persone in modo che si sottopongano ai controlli preventivi. La declinazione grafica del concept ha visto la realizzazione di 9 illustrazioni che rappresentano la presenza di Merck attraverso una serie keyword (alcuni esempi:

ascolto, cura, ricerca) che esprimono ed enfatizzano l'impegno costante di Merck in campo oncologico. Le parole, tramite anche piccoli grandi gesti, raccontano quanto si possa fare quotidianamente una grande differenza.

SLOW BOSS 2023: Filippo Muzi Falconi, CEO Methodos Group

Filippo Muzi Falconi è il CEO di Methodos. Dal 2022, ha deciso di adottare un nuovo modello di lavoro basato su una durata massima delle settimane di 4 giorni, potenziando una cultura basata sugli obiettivi e innovando il concetto di equilibrio vita lavoro, favorendo un approccio al lavoro e alla relazione con il cliente più "slow", sostenibile e meno frenetico.

SLOW FACTORY: SEC Newgate Italia – “Un'agenzia di persone”

Per la consapevolezza e determinazione nel costruire un ambiente di lavoro diverso. SEC si definisce “un'agenzia di persone”. Uomini e donne impegnati con la propria vita e con quel pezzo di mondo in cui ci è capitato di vivere. In SEC il percorso di crescita di ciascuno interseca tanto le sfide professionali quanto quelle personali, l'organizzazione del lavoro si plasma per conciliarle (part time, area kids e baby sitting, smart working), e formazione e stock grant sono pensate per tutti i collaboratori. Dal 2017 SEC Spa aderisce a Valore D e ne ha sottoscritto il Manifesto.

SLOW PLACE 2023: GreenPea – From Duty to Beauty, CC a Torino

È il primo Green Retail Park al mondo dedicato al Rispetto per il Pianeta e la Natura, per portare la qualità Green al più vasto pubblico possibile. Slow place per molteplici motivi: per la sua finalità (dedicato al consumo consapevole), per la struttura ecologica e sostenibile dell'edificio, per il format ibrido del concept store, per i contenuti (prodotti, servizi, eventi) legati alla triplice dimensione della sostenibilità – ambientale, economica, sociale – per la dimensione esperienziale, per la logica di servizio al pubblico e per la vision e filosofia del fondatore (Oscar Farinetti).

SLOW WEB 2023: Conapi – Mielizia – “Insieme per la biodiversità”

La campagna di **Conapi – Mielizia: “Insieme per la biodiversità”** è importante in quanto Conapi è una cooperativa di apicoltori: 100.000 alveari, circa 5 miliardi di api che contribuiscono alla salvaguardia della biodiversità italiana, contribuiscono con le loro api all'impollinazione di circa un terzo dell'Italia.



Quest'anno per la prima volta sono state inserite due menzioni speciali:

- **Il premio Slow Brand 2023**, assegnato dai membri della **Redazione di Brandforum.it**;
- **Il premio alla Nomination più votata dagli utenti di Brandforum.it** sui canali Social del portale.

SLOW BRAND 2023: Special Mention della Redazione di Brandforum.it

La Kasa dei Libri, iniziativa culturale a Milano. Rappresenta una delle poche nuove idee culturali della città di Milano dove i libri sono protagonisti e riescono a spettacolarizzare la loro esistenza e vita.

SPECIAL MENTION – Il più votato dagli utenti di Brandforum.it

Merck Italia – “Per te. Il nostro impegno incessantemente.” A riconoscimento del più alto numero di like e reazioni ottenute sui canali Social di Brandforum.it.

Per rimanere aggiornati sulle iniziative future di **#SBF2023** e per scoprire le aziende classificate al secondo e al terzo posto nelle diverse categorie sopra citate, vai sul sito www.brandforum.it e sulle nostre pagine Social.

Per info e contatti

Daniela Compassi – Cell. 3400751865

Redazione di Brandforum.it (info@brandforum.it)

In collaborazione con l'Associazione L'Arte del Vivere con Lentezza

Main Sponsor:  **HOLEINONE**
COMUNICAZIONE MIRATA

Sponsor tecnici:    

2B RESEARCH.IT
UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
ALMED
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO
FrancoAngeli
Edizioni La passione per le conoscenze
HOLEINONE
COMUNICAZIONE MIRATA