



**fondazione**

**<ahref**

Centro Studi Etnografia

**DIGITALE**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

presentano

# netnografia

Influencer, brand reputation e processi di co-creazione nell'era dei digital data

**17 Settembre 2012**

**RICHARD ROGERS    MORGAN GABEREAU**  
**LOREDANA GRIMALDI    RAFFAELE CIRULLO**  
**ADAM ARVIDSSON    ALEX GIORDANO**



Accademia Mediterranea di Societing



**NinjaAcademy**  
La SACRA SCUOLA  
del MARKETING NON-CONVENZIONALE

## OPEN DAY PER LE AZIENDE ▶ LUNEDÌ 17 SETTEMBRE 2012

*Docenti: Alex Giordano, Adam Arvidsson, Richard Rogers, Morgan Gabereau, Loredana Grimaldi, Raffaele Cirullo*

### OBIETTIVI

Questa conferenza ha l'obiettivo di espandere ulteriormente il concetto di etnografia digitale, dal punto di vista teorico, pratico e metodologico, utilizzando le competenze congiunte di Centro Studi di Etnografia Digitale e dei principali attori scientifici e di mercato.

La netnografia è il metodo di ricerca qualitativo di matrice etnografica che consente al ricercatore di immergersi nelle esperienze di consumo autentiche degli utenti della rete al fine di orientare, potenziare e ottimizzare le strategie di business.

Migliaia di consumatori accedono ogni giorno ai social media per discutere di una vasta gamma di brand e prodotti, rispetto ai quali propongono valutazioni, critiche, modifiche d'uso, miglioramenti e innovazioni.

Per le aziende diviene cruciale identificare in modo preciso gli insight che emergono durante i processi di innovazione guidati dai consumatori e adattarli ai propri processi produttivi e di costruzione del brand.

La netnografia si dimostra particolarmente funzionale in ambito social media, contesto in cui diventa possibile monitorare il passaparola generato spontaneamente online dai consumatori attorno a un brand, al fine di capitalizzare tutti gli insight emersi dallo studio delle conversazioni.

Gli insight individuati possono essere utili in varie aree strategiche del business:

**Market Intelligence e Trend Watching, Product Innovation, Brand Reputation & Sentiment Analysis, Communication Design & Monitoring, Customer Satisfaction & CRM, PR Management, Crowdsourcing e Social Innovation, Location-based Insights.**

### PROGRAMMA

*Ore 9,30 - 11,00*

- Introduzione di **Alex Giordano**
- **Adam Arvidsson**: Ethics and Reputation in the Digital Economy
- **Richard Rogers**: Digital Data and Social Research
- Intervento di **Loredana Grimaldi** (Telecom Italia)

*Ore 11.00 - 11.30 Coffee Break*

- Intervento di **Raffaele Cirullo** (ENEL)
- **Morgan Gabereau**: Reputation and Sentiment on Financial Markets
- Discussione

*Ore 14.00 - 16.30*

- **Alex Giordano** e **Alessandro Caliandro**: presentazione case history di netnografia

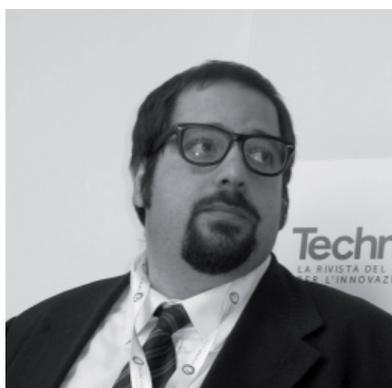


## KEYNOTES



### Adam Arvidsson

Adam Arvidsson is associate professor of sociology at the State University of Milan and research associate at the Copenhagen Business School where he works on New Media and Reputation Economies. He taught in England and Denmark where he stayed for six years. In 2006 he published his last book about the brand in Information Economy ("Brands. Meaning and Value in Media Culture", London; Routledge, 2006, Italian translation with Franco Angeli, 2010). Adam is interested in the new economic and organizational forms that have emerged with recent media evolution. He manages the blog Societing, an observatory on new social innovation and on Open Economy in general.



### Alex Giordano

Co-founder of Ninja Marketing, Italy's first blog/observatory on non-conventional marketing and social media. Alex is a member of International Academy of Digital Arts and Sciences in New York and author of "Non-conventional marketing: viral, guerrilla, tribal and 10 post-modern marketing principles" (Il Sole 24 Ore Edition), with Mirko Pallera and Bernard Cova. Teaches Brand Reputation Management in the Universities of Urbino and Salerno, and also directs the Center for Digital Ethnography and is involved in different international projects on online social research. He contributes to the research team on Societing and is interested in developing Digital Ethnography as a methodology for Social Innovation.



### Raffaele Cirullo

Raffaele Cirullo is Head of the Enel Group's New Media. He began his career in Olivetti, where he participated in various projects aimed at digitalizing Italy's Public Administration and subsequently the operational launching of Omnitel and Infostrada. When the telecommunications market was liberalized, he joined the Enel Group for the startup of Wind Telecomunicazioni, where he was in charge of significant projects including free internet, the UMTS business plan, launching wap premium services. Following a short period with another telecommunications operator, he went back to Enel, where he manages the development of Group digital channels.



### Loredana Grimaldi

Loredana Grimaldi is responsabile of External Relations in Branding, Corporate Identity & Research for Telecom Italia Group. She has worked since 1987 in the Communication area, in which she played various roles (press office, publishing and documentation, financial communication, internet/intranet and new media, internal communication, image). She's a member of the managing Council of the Association for Business Communication Development in Italy (ASCAI).



### **Richard Rogers**

Prof. dr. Richard Rogers is University Professor and holds the Chair in New Media & Digital Culture at the University of Amsterdam. He is Director of Govcom.org, the group responsible for the Issue Crawler and other info-political tools, and the Digital Methods Initiative, reworking method for Internet research. Rogers is author of *Information Politics on the Web* (MIT Press, 2004), awarded the best book of the year by the American Society of Information Science & Technology. His latest book, *Digital Methods*, is to be published by MIT Press (February, 2013). Rogers is a three-time Ford Fellow and has received research grants from the Soros Foundation, Open Society Institute, Mondriaan Foundation and MacArthur Foundation.



### **Morgan Gabereau**

Morgan Gabereau is an International Strategic Communications, Media & Public Affairs Advisor and Consultant. With over 20 years of experience in media, publishing, event producing and Internet start-up business development he has worked with the OECD, IBM and The Nature Conservancy, as well as a multitude of broadcasters, media marketplaces and technology organizations. In 2009, Mr. Gabereau conceived and created, in conjunction with The Clinton Global Initiative, The Ubiquity Fund - a private funding facility dedicated to responsible and sustainable development investing principles in the educational, low carbon community infrastructure and trans-media sectors.



### **Alessandro Caliandro**

Alessandro is Head of the Digital Ethnography Department for Viralbeat. He graduated in Social Sciences with a discussion entitled "La possessione diabolica nel contesto cattolico: crisi e ricostruzione della presenza". Ph.D student in Sociology at the Graduate School in Social, Economic and Political Sciences of Università degli Studi di Milano, where he's doing a thesis project entitled: "Affective Labor Among web tribes. The affective labor of consumers in regards to the co-creation of value onto the social media".

# SCHEDA DI ISCRIZIONE DATI PERSONALI

## PER ISCRIVERSI:

Ci si può iscrivere al corso compilando la scheda di iscrizione che trovate in fondo a questo PDF e inviandola (insieme alla ricevuta di pagamento) scansionata via email a [alessandra@ahref.eu](mailto:alessandra@ahref.eu) oppure compilando il form online a questo indirizzo: <https://docs.google.com/a/ahref.eu/spreadsheet/viewform?formkey=dHZCaEUwWTRNUXZUSU1YTKd5aEZ2YkE6MQ#gid=0>

**fondazione**

**<ahref**

living links

## SCHEDA DI ISCRIZIONE DIGITAL ETHNOGRAPHY WEEK

TRAINING

Incontro con le aziende

DATA

17 SETTEMBRE 2012

SEDE

Trento

## ISCRIZIONE (indicare scelte)

*Early booking fino al 30 agosto 2012*

1 persona

€ 790 + IVA

*Dopo il 30 agosto 2012*

1 persona

€ 990 + IVA

*Early booking fino al 30 agosto 2012*

2 persone

€ 1500 + IVA

*Dopo il 30 agosto 2012*

2 persone

€ 1800 + IVA

## L'ISCRIZIONE INCLUDE:

- Partecipazione all'evento
- Coffee Break

## INFORMAZIONI SUL PARTECIPANTE

Nome e Cognome \_\_\_\_\_

posizione/professione \_\_\_\_\_

azienda \_\_\_\_\_

P.IVA \_\_\_\_\_

C.F. \_\_\_\_\_

indirizzo di fatturazione \_\_\_\_\_

città \_\_\_\_\_ cap \_\_\_\_\_ prov. \_\_\_\_\_

tel. \_\_\_\_\_ cell. \_\_\_\_\_

email \_\_\_\_\_

contatti web: SKYPE \_\_\_\_\_ FACEBOOK \_\_\_\_\_

LINKEDIN \_\_\_\_\_ altri \_\_\_\_\_

## PER INFORMAZIONI

Mail: [dew2012@ahref.eu](mailto:dew2012@ahref.eu) Tel: 0461 235794 interno 5504

# SCHEDA DI ISCRIZIONE MODALITÀ DI PAGAMENTO

## PER ISCRIVERSI:

Inviare la scheda di iscrizione compilata:  
previa scansione, via mail a: [alessandra@ahref.eu](mailto:alessandra@ahref.eu)  
oppure  
compilare il form online a questo indirizzo  
<https://docs.google.com/a/ahref.eu/spreadsheets/viewform?formkey=dHZCaEUwWTRNUXZUSU1YTk5aEZ2YkE6MQ#gid=0>

## ISTRUZIONI PER IL PAGAMENTO

### BONIFICO BANCARIO

#### INTESTATO A:

FONDAZIONE AHREF

UNICREDIT BANCA S.P.A

Via Galileo Galilei, 1

38122 Trento

Codice BIC SWIFT: UNCRITM10HV

IBAN: IT 30 E 02008 01820 000101016481

**fondazione**

**<ahref**

**living links**

### Modalità iscrizione e Termini:

L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento da parte di Fondazione Ahref della presente scheda, debitamente compilata in tutte le sue parti e sottoscritta per accettazione nelle due firme richieste, nonché della ricevuta a conferma dell'avvenuto pagamento.

Verrà inviata conferma scritta dell'avvenuto perfezionamento dell'iscrizione. La fattura verrà inviata da Ahref all'indirizzo di fatturazione.

### Modalità di rinvio e rimborso:

In caso di impedimento è facoltà del partecipante, il diritto di recedere ai sensi dell' art. 1373 C.C.

**A)** Con comunicazione scritta e firmata obbligatoria via email a [alessandra@ahref.eu](mailto:alessandra@ahref.eu)

**B) DISDETTA:** Entro e non oltre 2 settimane precedenti l'inizio dell'evento, il partecipante potrà recedere dal contratto, e pertanto avrà diritto al completo rimborso della quota se già versata.

**C)** Oltre il termine di cui sopra e fino al giorno dell'evento, il partecipante potrà recedere pagando un corrispettivo pari al 30% della quota.

Riguardo al punto C) il corrispettivo dovuto potrà essere trattenuto direttamente da Ahref se la quota è già stata versata.

La nostra società provvederà ad emettere la relativa fattura.

Ahref si riserva il diritto di apportare eventuali modifiche all'evento che non ne pregiudichino la qualità.

Si riserva altresì la facoltà di spostare l'evento con comunicazione scritta entro 5 giorni dalla data inizialmente prevista.

Ahref potrà annullare l'evento, rimborsando ai partecipanti l'intera quota ricevuta, nel caso in cui non verrà raggiunto il numero minimo di iscrizioni.

**Ai sensi dell'art. 1341 C.C. approvo espressamente le Modalità di iscrizione**

**FIRMA**

---

## Informativa ex D. Lgs. n. 196/03 - Tutela della privacy

I dati sono raccolti da Fondazione <ahref, unica titolata al trattamento, ed utilizzati per gli scopi di realizzazione dell'evento in oggetto, per elaborazioni

statistiche e se lo desidera per informazioni commerciali su prodotti e servizi di <ahref, e degli Sponsor anche con modalità automatizzate strettamente necessarie a tali scopi. I dati possono essere comunicati anche a società esterne per finalità promozionali. Il conferimento di tali dati è facoltativo ma propedeutico all'erogazione del servizio in oggetto, e comprende, a Sua discrezione, l'invio di informazioni commerciali. Ex lege art. 7 d.l. 196/03 potrà esercitare i diritti di modifica, integrazione, opposizione e cancellazione dei suoi dati comunicandolo per iscritto alla suddetta società.

#### Consenso

Letta l'informativa con la consegna della presente scheda acconsento al trattamento dei miei dati personali per le modalità e finalità ivi indicate.

**FIRMA**

---

**PER INFORMAZIONI**

Mail: [dew2012@ahref.eu](mailto:dew2012@ahref.eu) Tel: 0461 235794 interno 5504