

COMUNICAZIONE E ADVERTISING Il valore strategico della ricerca

8 Novembre 2012

Auditorium Don Giacomo Alberione

Via Giotto, 36 - Milano

CALL FOR SPEAKERS

Convegno realizzato grazie al contributo degli Sponsor:



ARGOMENTI DEL CONVEGNO

I papers dovranno ispirarsi ad almeno uno dei seguenti argomenti:

- 1) **Come guidare la creatività per una comunicazione efficace**
- 2) **Engagement, empatia e gradimento. Come misurare la capacità di "bucare" lo schermo?**
- 3) **Comunicazione emozionale vs. comunicazione funzionale. Una sfida sempre reale**
- 4) **Come si misura l'efficacia di una campagna? I KPI tradizionali sono sufficienti o si apre la sfida per nuovi criteri di misurazione?**
- 5) **Comunicazione nel mondo digitale. Nuove sfide?**
- 6) **Advertising trend 2012 ...2015: multicanalità, unconventional communication e le nuove frontiere emergenti**

LINEE GUIDA PER L'INVIO DELLE SINOSI DEGLI INTERVENTI

REQUISITI E INDICAZIONI GENERALI

1. Le sinossi devono dare una chiara e dettagliata idea dell'intervento proposto per consentire alla Commissione di valutarne la qualità, la rilevanza e l'interesse.
2. Indicare nella sinossi se vi è il rischio che l'intervento per una qualsiasi ragione non possa essere completato in tempo per presentarlo al convegno.
3. Evitare di includere qualsiasi messaggio di promozione del proprio istituto nell'intervento. Saranno accettati solo interventi di chiara rilevanza metodologica e applicativa e privi di riferimenti commerciali.
4. E' necessario che nel riferirsi ad una metodologia non si facciano paragoni denigratori o che si mettano in cattiva luce altre metodologie.
5. Tutto il materiale (sinossi, paper e chart che si intendono proiettare) devono essere scritte in italiano.

6. Tutte le sinossi devono essere inviate **ENTRO il 29 giugno**.
7. Tutte le sinossi devono pervenire entro la scadenza sopra indicata. ASSIRM darà conferma di ricevimento via e-mail. In caso di mancata conferma, si prega cortesemente di avvisare chiamando il numero +39 02 58315750.
8. Le seguenti informazioni devono essere fornite insieme alla sinossi:
 - **Titolo** dell'intervento proposto.
 - **Dati personali** dell'autore/i (nome, cognome, titolo, posizione), incluso l'indirizzo dell'azienda, il numero di telefono, fax e l'e-mail.
 - **Argomento** dell'intervento proposto.
 - **Tipologia** dell'intervento: applicazione metodologica, case study, argomentazione, nuovo ambito di ricerca, innovazione, aspetti di business.
 - **Rilevanza**: motivi per cui l'intervento è da considerarsi di interesse e di valore per il pubblico.
 - **Informazioni sulla presentazione**, come ad esempio il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, nuove ricerche, materiale video ecc.).
 - **Riferimenti bibliografici** di precedenti lavori dell'autore/i, e di conferenze in cui ha presentato interventi (nome della conferenza/e, organizzatore, data e luogo di svolgimento).

Presentando l'intervento, l'autore/i deve garantire che:

- Abbia ottenuto il permesso dal cliente e/o da terzi rilevanti di presentare e pubblicare il materiale contenuto nell'intervento e nelle charts.
- Il contributo non violi alcun copyright, o altro diritto di proprietà intellettuale/ autoriale di co-autori, clienti o terzi.
- L'autore si fa garante che ASSIRM non sarà soggetta a nessun richiamo o rivendicazione da parte di co-autori, clienti e/o terzi, per mancate autorizzazioni a presentare i contenuti dell'intervento.
- L'autore conferisce ad ASSIRM il diritto di pubblicare su qualunque rivista o altro mezzo di comunicazione, cartaceo, visivo o elettronico, il paper o le chart presentati al convegno, naturalmente sempre citandone l'autore ed il convegno nel quale è stato presentato.

CRITERI DI SELEZIONE

I principali criteri di selezione sono:

- La qualità del contenuto: contributi innovativi, supportati da esempi concreti e ricerche empiriche, vengono preferiti a quelli che seguono linee discorsive e metodologiche già affermate.
- L'originalità: nel caso il paper fosse già stato presentato in altre occasioni, si prega di indicare dove e quando.
- L'utilizzo di case studies (preferibilmente interventi congiunti di fornitore/committente) diretti a dimostrare come la ricerca abbia dato valore aggiunto al committente. La sola presenza di un cliente finale non è comunque elemento sufficiente per essere selezionato.
- Rilevanti applicazioni al marketing.

A parità di qualità del paper (in termini di attinenza al tema, rilevanza degli argomenti trattati, originalità ed assenza di approccio commerciale e soprattutto spessore scientifico o metodologico), la Commissione darà priorità alle sinossi presentate dagli sponsor. A parità di qualità dei paper presentati da due o più sponsor, si darà precedenza allo sponsor che per primo ha confermato la propria sponsorship.

Essere sponsor, in ogni caso, non garantisce l'ammissibilità del paper. Non potranno, infatti, essere ammessi paper che dovessero essere ritenuti non in linea con i criteri di selezione di cui sopra, anche se presentati da sponsor.

Lo sponsor che dovesse presentare una sinossi accetta, già da ora e senza riserve, l'insindacabilità e l'incontestabilità delle decisioni della Commissione di valutazione.

- **N.B.: gli interventi a carattere promozionale non saranno accettati.**

I membri della Commissione di valutazione sono:

- Elisabetta Gentili (Vice Direttore Generale Pragma e Consigliere Assirm)
- Guendalina Graffigna (Vice Direttore Centro Studi Assirm)
- Tommaso Pronunzio (Partner ALES Market Research e Consigliere Assirm)

Coordinamento della Commissione di valutazione Assirm: Cecilia Gobbi

I membri della Commissione di valutazione si impegnano affinché nessuna sinossi venga presentata dai dipendenti dell'azienda presso la quale lavora ognuno di essi.

La presenza nella Commissione di valutazione può coesistere, invece, con l'eventuale decisione da parte dell'azienda presso la quale lavorano ognuno dei membri della commissione di sponsorizzare l'evento.

Inviando la sinossi, l'autore/i sa che:

- Le decisioni di selezione della Commissione sono insindacabili ed incontestabili.
- Le decisioni della Commissione sono riservate ed essa non ha obblighi di fornire informazioni circa le ragioni di selezione e rifiuto, né all'autore/i né a terzi.
- La Commissione, valutate le sinossi pervenute, si riserva il diritto di cambiare le aree/gli argomenti del convegno, cambiandone il nome, cassando una o più aree o aggiungendone altre. Anche tale decisione della commissione è da considerarsi insindacabile ed incontestabile.
- E' responsabilità dell'autore assicurarsi che l'intervento arrivi all'ufficio di ASSIRM correttamente, entro la scadenza prevista.

OPPORTUNITA' PER GLI AUTORI DELLE SINOSSE PRESENTATE

Nel caso ci fosse un numero elevato di sinossi escluse dal programma del convegno, per favorire la diffusione delle informazioni, lo scambio di idee e riflessioni, oltre a dare visibilità a tutti gli istituti che hanno presentato un paper, sarà data la possibilità di esporre nel foyer della location un POSTER con la sintesi grafica dei contenuti della sinossi stessa. La formula "Poster" sarà adottata solo nel caso in cui un numero congruo di istituti aderiranno all'iniziativa.

TEMPISTICA

Una volta accettate le candidature, gli autori dovranno preparare:

- un documento in word della lunghezza non superiore alle 25 cartelle
- una presentazione di charts in powerpoint da mostrare durante il convegno. L'intervento avrà una lunghezza massima di **20 minuti**.

LE TEMPISTICHE PREVISTE SONO LE SEGUENTI:	ENTRO IL:
Presentazione delle candidature	29 Giugno 2012
Selezione delle candidature e comunicazione agli interessati	13 Luglio 2012
Presentazione del paper in word e delle chart in power point	5 Ottobre 2012
Presentazione di eventuale altro materiale (filmati, foto o altro) che si vuole venga presentato durante il convegno	19 Ottobre 2012
Presentazione dei poster da parte di coloro che, avendo presentato una sinossi, non sono stati selezionati tra gli speech della giornata.	19 Ottobre 2012
Revisione del materiale per eventuale incongruenza con i criteri generali (per esempio nel caso in cui il paper presentasse finalità commerciali)	31 ottobre 2012

COMUNICAZIONE E ADVERTISING

Il valore strategico della ricerca

8 Novembre 2012

Auditorium Don Giacomo Alberione

Via Giotto, 36 - Milano

SCHEMA SINOSI

Titolo dell'intervento proposto:

Dati personali dell'autore/i (nome, cognome, titolo, posizione), incluso l'indirizzo dell'azienda, il numero di telefono, fax e l'e-mail:

Argomento dell'intervento proposto:

Tipologia dell'intervento: applicazione metodologica, case study, argomentazione, nuovo ambito di ricerca, innovazione, aspetti di business:

Rilevanza: motivi per cui l'intervento è da considerarsi di interesse e di valore per il pubblico:

Informazioni sulla presentazione, come ad esempio il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, nuove ricerche, materiale video ecc.):

Riferimenti bibliografici di precedenti lavori dell'autore/i, e di conferenze in cui ha presentato interventi (nome della conferenza/e, organizzatore, data e luogo di svolgimento):

Il paper è relativo alla seguente area del convegno:

I papers dovranno ispirarsi ad almeno uno dei seguenti argomenti:

- 1) **Come guidare la creatività per una comunicazione efficace**
- 2) **Engagement, empatia e gradimento. Come misurare la capacità di "bucare" lo schermo?**
- 3) **Comunicazione emozionale vs. comunicazione funzionale. Una sfida sempre reale**
- 4) **Come si misura l'efficacia di una campagna? I KPI tradizionali sono sufficienti o si apre la sfida per nuovi criteri di misurazione?**
- 5) **Comunicazione nel mondo digitale. Nuove sfide?**
- 6) **Advertising trend 2012 ...2015: multicanalità, unconventional communication e le nuove frontiere emergenti**

N.B.: nel caso il paper fosse già stato presentato in altre occasioni, si prega di indicare dove e quando.