



ON-LINE RESEARCH EVENT: L'EVOLUZIONE CONTINUA

WORLD **ESOMAR** RESEARCH **ASSIRM**
RISERCHIA DI MERCATO, SOCIAL & OPINIONE



PROFILI RELATORI (in ordine alfabetico)

FERDINANDO ALDE'

Direttore Generale Media Consultants, Italia

Inizia la sua "avventura" nel mondo della pubblicità nel 1972. Nel 1974 segue "L'Infomark" in Mondadori-Espansione e nel periodo immediatamente successivo collabora anche alla diffusione dei servizi di analisi territoriale "Essetiemme". Dopo l'assorbimento di Espansione da parte della Mondadori, contribuisce alla nascita di "Marche Mercati" per quanto riguarda i servizi di market-information e di analisi del territorio. Durante questo periodo entra in stretto contatto con le tecniche di analisi e pianificazione pubblicitaria e, alla fine del 1980, termina la sua attività professionale indipendente entrando in staff in Media Consultants. In questo lungo periodo ha collaborato allo sviluppo ed alla progettazione di tutti gli strumenti di pianificazione che sono stati sviluppati, ed ha avuto un ruolo attivo nei confronti delle principali indagini sui mezzi presenti in Italia. In particolare con Audipress, Auditel, Audiradio ed Audiweb, seguendone, nel tempo, tutti gli sviluppi e realizzando i modelli di pianificazione attualmente in uso. Ha anche collaborato con Nielsen nello sviluppo sia progettuale che applicativo del servizio NSSI (Nielsen Single Source Index). Da 30 anni e' socio Esomar.

MICHAEL BARTL

CEO HYVE, Germany

Dr. Michael Bartl has been CEO of HYVE AG since 2004. He worked for AUDI AG in the electronics development division in Ingolstadt from 2000 to 2004. Following a working stay in New York at the AXA Colonia Insurance Group, he graduated from the University of Westminster in London and the Ludwig Maximilian University in Munich in business administration. He completed his doctorate at the Otto Beisheim School of Management on "Customer integration in the innovation process" and "New media".

SILVESTRE BERTOLINI

Presidente Assirm

Silvestre Bertolini joined the GfK Group in 1991 as Managing Director of GfK Marketing Services Italia, now GfK Retail and Technology Italia. He is Member of the Retail and Technology Board and is responsible for the Optics global market at an international level. Silvestre Bertolini is President of Assirm, the Italian Association for Market Research Institutes. He was elected for the first time in 2008 and has been recently reconfirmed to the position till the end of 2011. Before joining GfK, he worked as marketing director for Fernet Branca Distilleries - a multinational company producing alcoholic drinks - where he worked to set up the strategic plans for the Italian and the foreign markets. Prior to this experience, he had worked as marketing Manager in Manetti & Roberts first, now Bolton Group, and then in a company in the sector of wine and alcoholic drinks. Silvestre Bertolini had started his career in the food industry as Product Manager responsible for a brand and the development of new products (Bertolli, Pavesi, De Rica). He holds an MBA from the Columbia University Business School. He received top marks in his PhD in Economics and Sociology at the University of Urbino. Silvestre Bertolini was teacher of 'Communication Theory and Techniques' at a MBA course for graduates at the Bocconi and the Cattolica Universities. He has two children, Chiara and Andrea, works and lives in Milan.



ON-LINE RESEARCH EVENT: L'EVOLUZIONE CONTINUA

WORLD **ESOMAR** **ASSIRM**
RESEARCH RICERCA DI MERCATO, SOCIAL & OPINIONE



MARZIA CORTIELLO

Qualitative Senior Researcher TNS, Italia

Laureata in Scienze Politiche, lavora da 14 anni nelle Ricerche di Mercato come ricercatrice qualitativa. In TNS dal 2000 con il ruolo di Senior Researcher, si occupa di indagini qualitative sia in ambito nazionale sia internazionale. Ha lavorato in diversi settori tra cui FMCG, Finance, B2B, Farmaceutico, Socio Politico ed attualmente lavora e si sta specializzando nei settori TLC/IT ed Automotive. Si è occupata di studi di Customer Satisfaction, Advertising e Brand Positioning utilizzando anche le metodologie esclusive di TNS. In TNS si occupa, fra le altre cose, dello sviluppo e del coordinamento delle indagini Qualitative Online: Bulletin Board/Forum Online, Focus Group Online, Etnografiche Online.

FRANCESCO D'ORAZIO

Research Director and Head of Social Media Face, UK

Francesco D'Orazio holds a PhD in New Media and Sociology. His research focused on immersive media and the social web. Over the past ten years he has been involved in social networking, collaborative research and immersive media as a researcher, web strategist and entrepreneur working for research agencies and web startups. At Face, Francesco focuses on communities, real-time research, crowd-sourcing and mobile social media. Keynote speaker at conferences such as World Business Forum Milan, MRS Social Media Conference London, AURA Insights Conference London, Social Networking Conference London, The Developing Web London, Word of Mouth Summit Milan, Visual Web Convention London, Serious Virtual Worlds Berlin, Digital Content Distribution Vienna and San Sebastian, Engage Conference London.

CARLO ERMINERO

Presidente CE&Co, Italia

Laureato in Economia. Ha lavorato per cinque anni all' Istituto Doxa, dapprima come assistente di ricerca, poi come responsabile del settore di ricerche su settori industriali e su beni strumentali. Nel 1966 ha fondato Demoskopea, che ha diretto per 30 anni. Si è specializzato in metodologia della ricerca (metodi quantitativi) e, come settori di applicazione, nelle ricerche sulla pubblicità e sui mezzi. Su questi argomenti ha scritto numerosi articoli e ha preparato interventi a convegni, in Italia e all'estero. E' stato Presidente dell'Associazione Italiana Studi di marketing e fra i soci fondatori di Assirm. Nei primi cinque anni di attività di Assirm è stato responsabile del comitato che ha elaborato gli Standard di qualità degli Istituti di ricerca italiani, gli standard che hanno costituito la base per il processo di Certificazione. Nel 2004 ha fondato CE&Co., un Istituto di ricerca che si propone di realizzare nuovi modelli di offerta nelle ricerche ad hoc con integrazione di competenze e tecniche diverse.

LORENZO FACCHINOTTI

Senior Researcher Nielsen, Italia

Dottore di ricerca presso l'Università Cattolica di Milano, dal 1999 lavora nel settore del marketing e della comunicazione, in particolare sui canali digitali. Dopo aver maturato esperienze in società di consulenza e agenzie di comunicazione di primaria importanza, nel 2010 entra a far parte del team di Nielsen Online con l'obiettivo di integrare le informazioni accessibili attraverso i servizi Nielsen, per sviluppare nuove metriche e fornire valore aggiunto attraverso analisi di mercato.

MATTEO FIGURA

Senior Researcher and Synovate Global Digital Community Member Synovate, Italia

Matteo si occupa di ricerche di mercato da 7 anni e ha sempre lavorato presso istituti di grande prestigio. Appassionato di metodologia della ricerca, si avvicina al mondo del web e dei social media con la volontà di comprenderne le caratteristiche e le dinamiche, forte di un background culturale dall'impronta digital, tipico dei ricercatori di nuova generazione. Così, dal 2008, si dedica allo sviluppo di nuovi strumenti di ricerca, legati soprattutto al mondo del web. Dal



ON-LINE RESEARCH EVENT: L'EVOLUZIONE CONTINUA

WORLD **ESOMAR** **ASSIRM**
RESEARCH RICERCA DI MERCATO, SOCIAL DI OPINIONE



2010 fa parte della “Synovate Digital Community”, la community di esperti in metodologie di ricerca web based. È in Synovate dal 2008 e attualmente è champion Italia per i modelli di forecasting, per il Webmonitoring e i Community Panels. Dice di sé e del suo lavoro: “il web è un po’ la metafora della mia vita... far parte di una rete di relazioni a cui fare riferimento per condividere e imparare”.

ANDREA FRANCHINI

Responsabile Online & Interactive - Account Manager Media TNS, Italia

Laurea in Economia Aziendale (a.a. 1994/ 95) e PhD in Small Business Economics (a.a 1999/ 2002) con tesi di dottorato dal titolo: “Gli utenti anticipatori come fonte di innovazione di prodotto. Metodo di ricerca e verifica empirica”. Dal 1996 al 2001 svolge attività di ricerca e docenza presso l’Università Cattaneo nell’ambito della disciplina di marketing della Facoltà di Economia Aziendale, occupandosi di diversi progetti tra cui l’impatto dell’innovazione tecnologica sulle relazioni con gli utenti nelle imprese di servizi. Dal 2001 all’inizio del 2006, è ricercatore quantitativo nel dipartimento mezzi di Eurisko, svolgendo prevalentemente ricerche sui new media. Dal 2006 è Research Director nel settore media di Tns, con la responsabilità dello sviluppo delle ricerche Online&Interactive.

PATRIZIA FRANCHINI

Qualitative Research Manager SWG, Italia

Psicologa clinica dal 1996, Patrizia Franchini inizia quasi subito – nel novero di ulteriori esperienze formative - l’attività di ricercatrice di marketing nell’area qualitativo-motivazionale presso Demoskopea, in qualità di consulente. Questa condizione le permette di venire in contatto con diverse altre società di ricerca di mercato, fino a farle stringere nel 2000 un sodalizio collaborativo con Doxa che dura per circa otto anni. Dal 2006 Patrizia Franchini inizia la propria collaborazione con SWG, ricoprendo il ruolo strutturale di responsabile delle ricerche motivazionali per la sede di Milano. Negli ultimi anni, assume una crescente expertise nelle ricerche qualitative online, soprattutto in virtù di un lungo periodo di approfondimento e sperimentazione sul tema assieme ad Enzo Marigonda, attraverso l’uso di strumenti esclusivi d’indagine, messi a punto in circa dieci anni di lavoro nell’ambito della ricerca sociale e di marketing.

CECILIA GOBBI

Direttore Generale Assirm

Nel Settembre 1973 fonda l’istituto di ricerca A.S.M. - Analisi e Strategie di Mercato S.r.l. e nel 1990, una società sussidiaria, Selecta S.r.l., specializzata in rilevazioni telefoniche C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interviewing). Dal 1973 al 2002 ricopre il ruolo di Presidente e Direttore Generale della società curandone lo sviluppo e la gestione, coordinando ed eseguendo personalmente ricerche sia di natura quantitativa che qualitativa che desk. Dopo aver ceduto nel 1994 una quota di A.S.M. al gruppo multinazionale GfK AG, nel 2002 perfeziona la vendita della società cedendo tutte le restanti quote ed uscendo dal gruppo. Per tre bienni, dal 1983 al 1988, ricopre il ruolo di Rappresentante nazionale per l’Italia di ESOMAR. Nel 1981 coordina il Comitato Scientifico alla definizione del Congresso annuale (Amsterdam) e nel 1984 come membro del Comitato Nazionale cura l’organizzazione della conferenza annuale dell’Associazione a Roma. Nel 1997 viene eletta Consigliere ed entra nel Consiglio Direttivo dell’Associazione, essendo rieletta per tre bienni consecutivi. Nel 1991 è tra i Soci Fondatori di ASSIRM, di cui viene eletta Consigliere, carica che ricopre dal 1991 al 1995. Dopo un biennio di Vicepresidenza (1996-1997) nel gennaio 1998 viene eletta Presidente dell’Associazione, restando in carica per due bienni consecutivi (1998-2001). Dal 2001 al 2003 ha continuato a collaborare con l’Associazione in qualità di Past President seguendo in particolare i rapporti con le associazioni internazionali del settore. In particolare rappresentandola in Efamro, la Federazione Europea delle associazioni di istituti di ricerca. A Gennaio 2005 assume l’incarico part-time di Direttore Generale di ASSIRM.



ON-LINE RESEARCH EVENT: L'EVOLUZIONE CONTINUA



GUENDALINA GRAFFIGNA

Centro Studi e Formazione Assirm

Dottore di ricerca in Psicologia, Guendalina Graffigna è ricercatrice presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano, dove insegna "Metodi e tecniche della ricerca qualitativa", è membro della commissione di coordinamento della Scuola di Dottorato in Psicologia ed è coordinatore didattico per il Master Universitario di secondo livello in "Metodi Qualitativi Applicati all'indagine Sociale e di Marketing" (realizzato in collaborazione con ASSIRM, Associazione Italiana degli Istituti di Ricerca di Mercato, Sociale, di Opinione). Guendalina è stata visitor professor presso la University of Alberta (Canada) ed è scholar member presso l'International Institute for Qualitative Research Methodology, con cui collabora per la realizzazione di numerosi progetti di ricerca internazionali. Parallelamente agli impegni accademici, Guendalina collabora come Direttore di Ricerca presso GfK-Eurisko (Socio-Politics department) dove si occupa dello sviluppo delle metodologie qualitative online. Dal 2006 Guendalina coordina la segreteria scientifica del centro Studi e Formazione dell'ASSIRM.

JOSEPHINE HANSOM

Research Manager GfK NOP, UK

Josephine is a Research Manager at GfK NOP Social Research with a keen interest in qualitative online research methodologies. She has worked in social research since 2005, managing projects on behalf of Government departments and agencies. Josephine is a dedicated qualitative researcher coordinating policy evaluations, stakeholder consultations and communications reviews. As well as regularly presenting at company events targeted at qualitative clients, Josephine presented a paper at the Social Research Association Conference in 2007, co-presented a paper at the General Online Conference (GOR) 2009, as well as co-authoring an article in the Market Research Society magazine 'Research' in 2006. She has a BSc in Social Psychology and is currently working towards a Masters in Public Policy at King's College London.

ENZO MARIGONDA

Psicologo, Ricercatore e Consulente in SWG, Italia

Enzo Marigonda, psicologo, si è formato come ricercatore qualitativo all'interno del Gruppo Unilever per lavorare in seguito – prima come freelance, poi come responsabile di agenzie di ricerche qualitative (Studio Aleph, ConsumerVoice) – per svariate aziende, agenzie di pubblicità e istituti di ricerche. Attualmente, oltre a utilizzare le metodologie "tradizionali" della ricerca motivazionale, s'interessa di ricerche qualitative online e insegna come docente a contratto (Psicologia dei consumi e della pubblicità) presso l'Università di Trieste. Negli anni, oltre a completare e aggiornare la propria formazione nel campo sia della metodologia della ricerca sia della psicologia clinica, ha pubblicato numerosi articoli e brevi saggi su argomenti di consumi, produzione editoriale, comunicazione pubblicitaria, TV, diritti dei soggetti deboli, moda, letteratura popolare.

CRISTINA PAPINI

Responsabile Nielsen BuzzMetrics/NM Incite, Italia

Con precedenti esperienze di ricerca in Wilson & Bogart Italia, Censis e ACNielsen Italia, dal 2001 è entrata a far parte del team di Nielsen Online con l'obiettivo di sviluppare il new business e posizionare l'azienda come lo standard della misurazione di internet nel nostro Paese. E' responsabile dei servizi di misurazione del passaparola digitale BuzzMetrics / NMIncite in Italia. Esperta in ricerche di mercato e studi sul comportamento del consumatore, collabora con alcune tra le maggiori testate specializzate in marketing ed internet, nonché con alcune università per i master web e social media.



ON-LINE RESEARCH EVENT: L'EVOLUZIONE CONTINUA



TOMMASO PRONUNZIO

Direttore Istituto Ales Market Research Italia, Consigliere Assirm e Rappresentante Esomar per l'Italia

Dal 1992 svolge attività di ricerche di mercato, inizialmente come partner in una società specializzata nel settore e successivamente, nel 1999, ha fondato l'istituto ALES Market Research. Durante questi anni, ha maturato una significativa esperienza sia nel settore delle ricerche quantitative che in quelle di natura qualitativa ed ha studiato e messo a punto strumenti di analisi all'avanguardia per tecnologia e approfondimento di analisi nei settori della customer satisfaction e della valutazione della sfera emozionale dei clienti e dei fruitori dei servizi. Segue, nella sua qualità di partner, clienti di grandi dimensioni e ciò gli consente di conoscere e dibattere i problemi aziendali con lo sguardo critico di una visione eclettica e di concretizzare soluzioni di marketing supportate da ricerche di mercato, a livello sia nazionale che internazionale. Svolge la sua attività principalmente per il settore farmaceutico ed il mass market. Precedentemente, ha acquisito una notevole esperienza in qualità di manager di Procter & Gamble, e come consulente della KPMG Peat Marwick, società di consulenza. Ha organizzato numerosi corsi per ASSIRM (Associazione degli Istituti di Ricerche di Mercato in Italia) ed è membro di alcuni Committee congressuali dell'Esomar. Attualmente, è rappresentante Esomar per l'Italia e membro del Comitato Direttivo di ASSIRM.

FINN RABEN

Director General Esomar

Finn Raben is an Irishman who was born in the Far East and grew up in Europe and the Middle East. He began his career at Millward Brown IMS in Dublin, followed by AC Nielsen. Most recently at Synovate, Finn was CEO of Southern Europe where he was responsible for integrating and harmonizing the many companies acquired in the region, into the Synovate offering. Finn attended university in the Netherlands and Ireland, is an Honours graduate in Languages, with Post-Graduate degrees in Business Administration & Marketing Management and speaks four languages fluently.

PAMELA SAIU

Responsabile Ricerche di mercato Divisione Periodici Mondadori, Italia

Pamela Saiu, nata a Milano, laureata in Economia e Commercio, attualmente lavora presso Mondadori Editore spa come Responsabile delle ricerche di mercato dei periodici. In passato, sempre per Mondadori, si è occupata delle vendite congiunte dei periodici, i cosiddetti "allegati", prima per le testate maschili del gruppo e poi per i prodotti multi testata. Precedentemente ha lavorato per De Agostini come responsabile dei prodotti a fascicoli seguendo soprattutto le acquisizioni in licenza, soprattutto per l'area ragazzi. Prima ancora per Gut edizioni, la casa editrice di Smemoranda, ha seguito le acquisizioni di marchi per tutti i prodotti di cartoleria. Ancora prima si aggiungono: il lavoro di buyer per una società di promozionali in Cina (Cipi) e la vendita di collezioni moda donna (Donna Karan) sul mercato europeo come free lance.

FRANCESCA VILLA

Senior Researcher and Brand&Communication Associate Champion Synovate, Italia

Francesca Villa si è Laureata in Lingue Culture Comunicazione Internazionale presso l'Università degli studi di Milano. Da 5 anni si occupa di ricerche di mercato, ambito nel quale ha voluto approfondire le sue conoscenze relative ai media e alle diverse forme di comunicazione. Per questo motivo in Synovate si è da subito occupata di metodologie relative all'equity e ai brand. Quale naturale conseguenza si è appassionata e segue gli studi relativi ai new media e ai Social Network. Attualmente in Synovate è "Associate Champion" per le metodologie di Brand & Comm. Dice di sé e del suo lavoro: "Una definizione che gira nel mondo Synovate è che i ricercatori giovani della nostra generazione siano dei veri e propri digital fish nel mare del web. Il mio modo di essere digital fish è di navigare all'interno del web alla ricerca di esperienze più che alla ricerca di informazioni. La qualità e l'originalità dei dati raccolti arricchisce gli insight per una migliore interpretazione del mondo che cambia...".