



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

### CALL FOR SPEAKERS

sponsor platinum

NEXTPLORA

Toluna  
In touch with people

sponsor gold

Carlo Erminero & Co.  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

ISPO  
Istituto per gli Studi e le Ricerche di Opinione

gnresearch  
SHAPING EXPERIENCE

NORSTAT

research  
now

the  
visual  
agency

VIA!  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

sponsor silver

Ales  
Market Research

sponsor tecnico

IL FAC  
Il File degli Attori della Comunicazione

#### ARGOMENTI DEL CONVEGNO

I papers dovranno ispirarsi ad almeno uno dei seguenti argomenti:

- ✓ Il ruolo delle nuove tecnologie
- ✓ I nuovi paradigmi metodologici
- ✓ I nuovi comportamenti dell' "individuo" digitale
- ✓ Nuovi trend e sfide emergenti: i nuovi confini delle ricerche nel mercato della conoscenza

#### 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 nell'intervento qualsiasi messaggio di promozione del proprio istituto. 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 e chart che si intendono proiettare) devono essere scritte in italiano.
- 6 Tutte le sinossi devono essere inviate **ENTRO e NON OLTRE il 27 GIUGNO 2014**. ASSIRM darà conferma di ricevimento via e-mail. In caso di mancata conferma, si prega cortesemente di avvisare chiamando il numero +39 02 58315750.
- 7 Tutte le sinossi devono avere una lunghezza di minimo 3 cartelle e massimo 10 cartelle.
- 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.

ASSIRM  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

sponsor platinum

NEXTPLORA

**Toluna**  
In touch with people

sponsor gold

  
**Carlo Erminero & Co.**  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

**ISPO**  
Istituto per gli Studi sulla Mobilità e l'Opinione

 **gnresearch**  
SHAPING EXPERIENCE

**NORSTAT**

**research now**

  
the visual agency

**VIA!**  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

sponsor silver

**Ales**  
Market Research

sponsor tecnico

**IL FAC**  
Il Filar degli Attori della Comunicazione

**ASSIRM**  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it

- ✓ **Tipologia** dell'intervento: applicazione metodologica, case study, argomentazione, nuovo ambito di ricerca, innovazione, aspetti di business.
- ✓ **Eventuale Co-Speaker** dell'intervento: se lo speech sarà tenuto in affiancamento con persona di altra azienda (esempio: cliente)

### STRUTTURA DELLE SINOSI

- ✓ **Abstract:** le sinossi devono essere precedute da un abstract che presenti i principali temi/problemi di ordine metodologico e conoscitivo che lo speech intende affrontare. E quindi: le ipotesi di partenza e le conclusioni del contributo.
- ✓ **Rilevanza:** le sinossi devono indicare chiaramente per quali motivi il contributo è rilevante per la comunità dei ricercatori o delle aziende. E per quali motivazioni il contributo è in grado di colmare lacune metodologiche, conoscitive. Sono particolarmente apprezzati contributi che presentino soluzioni "di frontiera".
- ✓ **Articolazione (struttura) dello speech o contributo definitivo:** si tratta quindi di indicare una sommaria articolazione dei temi (esempi: case history 1, case history 2, ...) e dei capitoli/sezioni.
- ✓ **Informazioni sulla presentazione – esempi:** il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, materiale video, apparato iconografico, ecc.).
- ✓ **Riferimenti bio-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/autorale 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.



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

### CRITERI DI SELEZIONE

#### Esame delle sinossi da parte della Commissione di Valutazione:

- ✓ Il giudizio della Commissione di Valutazione è insindacabile e incontestabile.
- ✓ I parametri in base ai quali una sinossi sarà ritenuta non adatta o non pertinente saranno: la non attinenza al tema, la non rilevanza degli argomenti trattati, la non originalità e la presenza di un approccio commerciale.
- ✓ Il parametro che, invece, prevarrà per la scelta delle sinossi sarà lo spessore scientifico o metodologico, nonché l'esperienza dello speaker di tenere presentazioni in pubblico e, quindi, la notorietà, capacità ed esperienza riconosciuta dello speaker.
- ✓ 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.
- ✓ Gli sponsor dichiarano di sapere ed accettare fin da ora che la sponsorizzazione non dà alcun diritto di prelazione o preferenza nella selezione degli interventi.
- ✓ Gli interventi a carattere promozionale non saranno accettati.

**N.B. In caso non pervenisse un numero congruo di interventi ritenuti idonei, la Commissione di Valutazione si riserva il diritto di eliminare dal programma dell'evento la sessione dedicata agli interventi spontanei, oggetto della presente call.**

#### **I membri della Commissione di Valutazione sono:**

- **Alessandro Amadori**, Direttore Centro Studi Assirm, Direttore Generale Coesis Research
- **Matteo Cantamesse**, Market Research Senior Project Leader Iterion
- **Federico Capeci**, Amministratore Delegato Duepuntozero Research
- **Guendalina Graffigna**, Vice Direttore Centro Studi Assirm, Senior Consultant GfK Eurisko

sponsor platinum

NEXTPLORA

**Toluna**  
In touch with people

sponsor gold

**Carlo Erminero & Co.**  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

**ISPO**  
Member of Statista/Infolink System

**gnresearch**  
SHAPING EXPERIENCE

**NORSTAT**

**research now**

**the visual agency**

**VIA!**  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

sponsor silver

**Ales**  
Market Research

sponsor tecnico

**IL FAC**  
Il File degli Attori della Comunicazione

**ASSIRM**  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

I membri della Commissione non potranno in alcun modo prendere parte alla Giuria Tecnica preposta alla selezione del miglior paper.

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

sponsor platinum

NEXTPLORA

**Toluna**  
In touch with people

sponsor gold

**Carlo Erminero & Co.**  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

**ISPO**  
Istituto per gli Studi sulla Pubblicità e Opinione

**gnresearch**  
SHAPING EXPERIENCE

**NORSTAT**

**research now**

the visual agency

**VIA!**  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

sponsor silver

**Ales**  
Market Research

sponsor tecnico

**IL FAC**  
Il File degli Attori della Comunicazione

### 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.

### TEMPISTICHE

Una volta accettate le candidature, gli autori dovranno preparare: una presentazione di charts in powerpoint /prezi da mostrare durante il convegno. L'intervento avrà una durata massima di **20 minuti**.

LE TEMPISTICHE PREVISTE SONO LE SEGUENTI:	ENTRO IL:
Presentazione delle sinossi (minimo 3 cartelle e massimo 10 cartelle)	27 GIUGNO 2014
Selezione delle sinossi e comunicazione agli interessati	18 LUGLIO 2014
Presentazione delle chart in power point/prezi	3 OTTOBRE 2014
Presentazione di eventuale altro materiale (filmati, foto o altro) che si vuole venga presentato durante il convegno	17 OTTOBRE 2014
Revisione del materiale per eventuale incongruenza con i criteri generali (per esempio nel caso in cui il paper presentasse finalità commerciali)	22 OTTOBRE 2014

**ASSIRM**  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

### RICONOSCIMENTO PER IL “MIGLIOR” INTERVENTO AL CONVEGNO

sponsor platinum

NEXTPLORA

Toluna  
In touch with people

ASSIRM ha deciso di istituire un riconoscimento per il “Miglior Intervento” all’interno dei propri eventi, con l’obiettivo di coinvolgere relatori e pubblico sempre più qualificati, dare visibilità all’evento, accreditare il valore delle iniziative ASSIRM all’interno della comunità di riferimento e favorire la partnership tra Istituti di Ricerca e Aziende Clienti. A svolgere questo compito sarà quindi chiamata una Giuria Tecnica, composta da rappresentanti di aziende clienti presenti all’evento. Di seguito i criteri di selezione. Al vincitore/i verrà assegnato da ASSIRM un attestato di riconoscimento.

sponsor gold



Carlo Erminero & Co.  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

ISPO  
Istituto per gli Studi sulla Mobilità e l'Opinione

gnresearch  
SHAPING EXPERIENCE

NORSTAT

research  
now

the  
visual  
agency

VIA!  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

#### CRITERI DI SELEZIONE DELLA GIURIA TECNICA:

- ✓ La Giuria Tecnica è composta da membri selezionati dalla Commissione di Valutazione del Convegno tra gli spender di ricerca iscritti al Convegno.
- ✓ Sarà nominata una Giuria diversa per ogni Convegno e i componenti non saranno resi noti.
- ✓ Ogni membro della Giuria, per ogni intervento, dovrà assegnare un punteggio da 0 a 10 in base a questi due criteri: innovatività del contenuto e rilevanza applicativa al marketing del tema trattato.
- ✓ Sarà premiato l’intervento che prenderà il voto più alto quale media tra i due criteri di valutazione sopra citati. In caso di ex-aequo saranno dati due premi.
- ✓ Le decisioni di selezione della Giuria sono insindacabili. Per questo motivo la Giuria non avrà l’obbligo di fornire informazioni circa le ragioni di selezione né all’autore/i né a terzi.
- ✓ Le decisioni della Giuria verranno comunicate pubblicamente entro 5 giorni dalla data del Convegno e potranno essere oggetto di attività di comunicazione da parte di Assirm.

sponsor silver

Ales  
Market Research

sponsor tecnico

IL FAC.IT

Il File degli Attori della Comunicazione

ASSIRM  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it



# ASSIRM RESEARCH FORUM

## IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014 - CENTRO CONGRESSI ABI - VIA OLONA 2 - 20123 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.
- ✓ **Eventuale Co-Speaker** dell'intervento: se lo speech sarà tenuto in affiancamento con persona di altra azienda (esempio: cliente)
- ✓ **Abstract:** Le sinossi devono essere precedute da un abstract che presenti i principali temi/problemi di ordine metodologico e conoscitivo che lo speech intende affrontare. E quindi: le ipotesi di partenza e le conclusioni del contributo.
- ✓ **Rilevanza:** le sinossi devono indicare chiaramente per quali motivi il contributo è rilevante per la comunità dei ricercatori o delle aziende. E per quali motivazioni il contributo è in grado di colmare lacune metodologiche, conoscitive. Sono particolarmente apprezzati contributi che presentino soluzioni "di frontiera".
- ✓ **Articolazione (struttura) dello speech o contributo definitivo:** si tratta quindi di indicare una sommaria articolazione dei temi (esempi: case history 1, case history 2, ...) e dei capitoli/sezioni.
- ✓ **Informazioni sulla presentazione – Esempi:** il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, materiale video, apparato iconografico, ecc.).
- ✓ **Riferimenti bio-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).

**N.B. Se il/i relatore fosse diverso dall'autore, specificare i dati personali del/i relatore e i suoi riferimenti bibliografici**

**Indicare a quale delle seguenti aree del convegno il paper è relativo:**

- ✓ **Il ruolo delle nuove tecnologie**
- ✓ **I nuovi paradigmi metodologici**
- ✓ **I nuovi comportamenti dell' "individuo" digitale**
- ✓ **Nuovi trend e sfide emergenti: i nuovi confini delle ricerche nel mercato della conoscenza**

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

sponsor platinum

NEXTPLORA

Toluna  
In touch with people

sponsor gold

Carlo Erminero & Co.  
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

ISPO  
Istituto per gli Studi sulla Mobilità Urbana

gnresearch  
SHAPING EXPERIENCE

NORSTAT

research  
now

the  
visual  
agency

VIA!  
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

sponsor silver

Ales  
Market Research

sponsor tecnico

IL FACIT  
Il File degli Attori della Comunicazione

ASSIRM  
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Via Mercalli, 11 - 20122 Milano  
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727  
info@assirm.it  
www.assirm.it