



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

**Convegno nazionale su
“Il valore della statistica per le imprese e la società.
Ricerche di opinione e di mercato”**

Milano (14-15 Febbraio 2013)

PROGRAMMA

14 febbraio 2013

9.30 Saluti delle autorità

Prof. Mario Anolli, Università Cattolica del Sacro Cuore
Prof. Giuseppe Boari, Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università Cattolica
Prof. B. Vittorio Frosini, Presidente ASA – Associazione per la Statistica Applicata
Dott. Umberto Ripamonti, Presidente Assirm
Prof. Nicola Torelli, Presidente SIS – Società Italiana di Statistica

I giornata: “Il ruolo dell’indagine statistica nelle aziende”

I Sessione: “Evoluzione dell’indagine commerciale e di marketing” (presiede: dott. Luigi Ferrari, People)

10.00 “La sfida di ottenere informazioni dirette, in quantità e di buona qualità, per le decisioni aziendali” (dott. Giorgio Caporusso e dott. Marco Aureggi, Ferrero International)
Discussants: prof.ssa Francesca Bassi, Università di Padova; prof. Ron S. Kenett, KPA, Israel
Partecipazione del pubblico

11.00 *Coffee break*

11.30 “Le nuove tecnologie per la raccolta e la gestione delle informazioni aziendali” (dott.ssa Chiara D’Alessandris, Unilever)
Discussant: dott. Alberto Stracuzzi, CFI Group
Partecipazione del pubblico

12.30 *Pausa pranzo*

II Sessione: “Evoluzione del geomarketing” (organizzatore: prof. Tonio Di Battista, Università di Chieti-Pescara)



Associazione
per la Statistica Applicata



RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

14.30 “Evidenza empirica dei modelli di geomarketing per ridurre la ridondanza delle informazioni” (prof.ssa Augusta Consorti e dott. Riccardo Di Nisio, Università di Chieti-Pescara)

“Il geomarketing pubblico: un modello IRT georeferenziato per la determinazione dei bisogni dei cittadini” (dott. Simone Di Zio, Università di Chieti-Pescara)

“Dalla Business Intelligence alla Geo Intelligence” (dott. Marco Santambrogio, Managing director, VALUE LAB - ESRI Italia)

Discussione

15.30 Sessioni di contributi spontanei

Customer surveys – 1 (presidente: prof. Giorgio Marbach; Aula Pio XI)

“A statistical analysis of consumer behaviour in culture through the experience of reading in young people” (Rossella Berni, Claudio Becagli e Silvia Ranfagni, Università di Firenze)

“Customer satisfaction surveys also intended to gain information on the enterprise core business enlargement. A case history in banking services”

(Luigi Bollani e Anna Claudia Pellicelli, Università di Torino; Enrico Borgo, Cassa di Risparmio di Asti)

“Opinione sulla qualità complessiva di una prestazione”

(Egidio Cascini, Associazione Italiana Cultura Qualità)

Customer surveys – 3 (presidente: prof. Diego Mancuso; Aula G023 Mons. Colombo)

“Importance and quality of service quality dimensions: A model based approach”

(Federica Cugnata e Silvia Salini, Università Statale di Milano)

“Dimensionalità del costrutto di fiducia nella marca di beni durevoli” (M. Cristiana Martini, Chiara Arseni e Giovanna Galli, Università di Modena e Reggio Emilia)

“Pensare globale, parlare locale” (Paolo Cordella, Diana Moriniello e Paolo Borghi, SKIM, Rotterdam, The Netherlands)

Election surveys (presidente: Antonio Valente, Lorien Consulting; Aula G025 Giovanni Bosco)

“The Italian election polls over time: An analysis of the quality and completeness of the methodological aspects” (Claudio Quintano, Antonella Rocca e Alfonso Carfora, Università di Napoli “Parthenope”)

“The impact of exposure to pre-election polls on voting behaviour” (Giancarlo Gasperoni e Debora Mantovani, Università di Bologna)

“By choice or by force? The role of voters’ age in the increase of abstention” (Maria Francesca Romano, Scuola Superiore Sant’Anna; Luana Russo, Université de Lille 2)

Web and telephone surveys (presidente: prof. Maurizio Vichi; Aula G026 Vanni Rovighi)



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

“Sustainability and textual network: Analysis of the Italian blogs” (Emma Zavarrone, Davide Jabes e Sandra De Francisci, IULM; M. Gabriella Grassia, Università di Napoli Federico II)

16.30 *Coffee break*

III Sessione: “Immigrati e nuovi consumatori” (organizzatore: prof. Salvatore Strozza, Università di Napoli “Federico II”)

17.00 “I consumi delle famiglie di immigrati” (prof. Gaetano Aiello e prof. Gustavo De Santis, Università di Firenze)

“Beni e servizi di cui fruiscono giovani e bambini: italiani e stranieri a confronto”
(prof. Gianpiero Dalla Zuanna, Università di Padova)

Discussant: prof. Alessandro Rosina, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

18.00 Chiusura lavori della prima giornata

15 febbraio

II giornata: “Rilevare gruppi e argomenti difficili”

IV Sessione: “Nuove tecniche per rilevare dati su questioni imbarazzanti”

(coordina: dott.ssa Linda Laura Sabbadini, Istat)

9.00 “Large-scale techniques for eliciting sensitive issues” (Dr. Fritz Scheuren, NORC – National Opinion Research Council, the University of Chicago)

Discussant: dott. Alessandro Amadori, Coesis Research
Discussione

10.00 **Sessioni di contributi spontanei**

Customer surveys – 2 (presidente: prof. Mario Montinaro; Aula Pio XI)

“A new tool for measuring customer satisfaction: The Anchoring Vignette approach”
(Omar Paccagnella, Università di Padova)

“La statistica e l’arricchimento qualitativo: due facce della stessa medaglia”
(Francesca Soldi, Dupuntozero Research)

“La valutazione della qualità di un evento enogastronomico: strategie di promozione del territorio” (Veronica Distefano e Alessandra Spennato, Università del Salento)

Market forecasting (presidente: prof. B. Vittorio Frosini; Aula G023 Mons. Colombo)

“Dall’intelligenza artificiale alle ricerche di mercato: l’algoritmo Random Forest”

(Fausta Faini e Luca Massaron, Carlo Erminero & Co.)

“Modelling seasonality in innovation diffusion”



Associazione
per la Statistica Applicata



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

(Mariangela Guidolin e Renato Guseo, Università di Padova)

“A survey design to evaluate financial risk behaviour according to individual values, life style and personality characteristics” (Luigi Bollani, Guido Antonio Rossi e Ivan Sciascia, Università di Torino)

Social Surveys (presidente: prof.ssa Marisa Civardi; Aula G025 Giovanni Bosco)

“Multilevel models in meta-analysis: An Application on the pre-election polls accuracy” (Rosario D’Agata e Venera Tomaselli, Università di Catania)

“Studio della domanda di energia fotovoltaica: percezione e driver decisionali dell’utente finale” (Paola Cerchiello, Università di Pavia)

“Interdisciplinary or multidisciplinary for the research in Statistics?”

(M. Gabriella Grassia, Università di Napoli “Federico II”; Emma Zavarrone, IULM, Milano)

Data integration (presidente: prof. Luigi Fabbris; Aula G026 Vanni Rovighi)

“Mixed mode survey su campioni probabilistici: un’alternativa alle indagini CATI e CAWI?” (Teresio Poggio, Libera Università di Bolzano)

“Data fusion e marketing: un’applicazione nel settore farmaceutico”

(Paolo Mariani e Maria Cristina Vittori, Università di Milano-Bicocca)

“La performance economica d’impresa: un’analisi longitudinale sul sistema imprese italiano” (Matilde Bini e Leopoldo Nascia, Università Europea di Roma; Alessandro Zeli, Istat)

11.00 *Coffee break*

11.30 **Sessioni di contributi spontanei**

Customer satisfaction indices (presidente: prof. Maurizio Carpita; Aula Pio XI)

“L’index di consumer sentiment: una tradizione da rifondare”

(Giorgio Marbach, Ateneo telematico “Universitas Mercatorum”)

“MICS: Modelling incentive Customer Satisfaction Index”

(Giampiero Remotti, Luigi Giampaoli e Andrea De Maria, GMR – GMC)

“A taxonomy of higher-education effectiveness indicators for decision-making”

(M. Cristiana Martini, Università di Modena e Reggio Emilia; Luigi Fabbris, Università di Padova)

Market segmentation (presidente: prof. Angelo Zanella; Aula G023 Mons. Colombo)

“A bagged clustering approach for the marketing segmentation”

(Pierpaolo D’Urso e Riccardo Massari, Università di Roma “Sapienza”; Marta Disegna, Libera Università di Bolzano)

“Conjoint metrica per somministrazione online”

(Fausta Faini e Luca Massaron, Carlo Erminero & Co.)

“A test to assess the dynamic evolution of the preferences in marketing surveys”

(Angiola Pollastri e Francesco Porro, Università di Milano-Bicocca)



Associazione
per la Statistica Applicata



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Social and Epidemiological Surveys (presidente: prof.ssa Donata Marasini; Aula G025 Giovanni Bosco)

“Livello d’informazione della cittadinanza fiorentina in merito alla realizzazione del passante dell’alta velocità ferroviaria” (Bruno Bertaccini, Università di Firenze; Giovanni Carta, Comune di Firenze; Francesco Polverini, Valmon srl, Firenze)

“Heterogeneity and capture-recapture method in a closed population: A new parameterization to treat continuous covariates in a Poisson loglineal model”

(Giuseppe Rossi, Pasquale Pepe e Olivia Curzio, CNR and G. Monasterio Foundation; Marco Marchi, Università di Firenze)

“La valutazione dei servizi nel settore orafico attraverso il mystery shopping e le reti bayesiane” (Daniela D’Ambrosio, Alfonso Piscitelli e Giancarlo Ragozini, Università di Napoli “Federico II”; Floriana Marino, Il Tari scpa, Caserta)

Social Network Surveys (presidente: prof. Ron S. Kenett; Aula G026 Vanni Rovighi)

“Social media e sentiment analysis: un’applicazione in ambito televisivo”

(Caterina Liberati e Paolo Mariani, Università di Milano-Bicocca; Federico Neri, Synthema Semantic Intelligence)

“La grande rete della distribuzione” (Giovanni Marco Esposito, Consorzio DiAl, Caserta; Alfonso Piscitelli e Giancarlo Ragozini, Università di Napoli “Federico II”)

“Social media & statistica: la nuova frontiera del sondaggio” (Andrea Ceron, Luigi Curini e Stefano Maria Jacus, Università di Milano; Giuseppe Porro, Università dell’Insubria)

13.00 *Pausa pranzo*

14.30 **V Sessione: “Come rilevare popolazioni difficili”**

(coordina: dott.ssa Cristina Freguja, Istat)

“Rilevare gli invisibili: nuove sfide per la statistica ufficiale”

(dott.ssa Linda Laura Sabbadini, Istat)

Discussants: prof. Giancarlo Blangiardo, Università di Milano Bicocca; prof. Francesco Marsico, Caritas Italiana

15.30 **Tavola rotonda su “Previsioni elettorali”**

Partecipano:

Prof. Giancarlo Gasperoni (Università di Bologna)

Prof. Stefano M. Iacus (Università Statale di Milano; Voices from the Blogs)

Prof. Renato Mannheimer (Università di Milano Bicocca, ISPO)

Prof. Paolo Natale (Università Statale di Milano; Consulente IPSOS)

Dott. Maurizio Pessato (SWG)

16.30 *Coffee Break*



17.30 Chiusura del Convegno

Tutorial: “Indagini mediante web” (13 febbraio) (con quota di iscrizione di 20 Euro; sono esenti dal versamento della quota fino a 10 studenti e 10 dottorandi)
(prof.ssa Silvia Biffignandi, Università di Bergamo)

Concorso per il migliore articolo di “statistica applicata”

Saranno assegnate una borsa di 700 Euro e una di 350 Euro ai due migliori articoli presentati in forma definitiva per la pubblicazione sulle riviste “ufficiali” del convegno (Statistica Applicata – Italian Journal of Applied Statistics, Micro e Macro Marketing). Le borse sono messe in palio dalla Fondazione “Franca e Diego De Castro”.

Possono partecipare al concorso persone che non hanno ancora compiuto 40 anni di età alla data del 15 febbraio 2013. Per partecipare alla competizione, la scadenza è il 24 marzo 2013.

La Commissione per l’assegnazione del premio sarà composta dai professori Nicola Torelli (presidente), Marisa Civardi e Fortunato Pesarin.

Iscrizione e partecipazione

La quota di iscrizione al Convegno è di 100 Euro. Studenti e dottorandi avranno uno sconto di 10 Euro sulla quota. Si possono acquistare presso la Segreteria del Convegno buoni pasto di Euro 5 (pasto ridotto) o 10 (pasto completo) da spendere presso la mensa universitaria.

Ogni informazione sul convegno si trova sul link:

<http://convegni.unicatt.it/vsis2013>



Comitato programma

Maurizio Carpita, Università di Brescia
Ludovico Galimberti, Symphony IRI Group
Cecilia Gobbi, Assirm
Luigi Fabbris, Università di Padova (coordinatore)
Donata Marasini, Università di Milano – Bicocca
Mario Montinaro, Università di Torino
Nando Pagnoncelli, Ipsos
Maurizio Vichi, Università di Roma “Sapienza”

Comitato organizzatore

Giuseppe Boari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Laura Deldossi, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Costanza Donà, Assirm
B. Vittorio Frosini, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano (coordinatore)
Laura Schiaffino, Assirm
Diego Zappa, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Angelo Zanella, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano