

# HIGH TECH HIGH TOUCH

## La comunicazione oggi tra reale e virtuale

Roma, 13 dicembre 2007  
Centro Congressi Enel  
Viale Regina Margherita 125

Università degli Studi di Roma Tor Vergata - Facoltà di Economia  
Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Con il patrocinio di FERPI  
In collaborazione con ENEL



**FERPI**  
FEDERAZIONE RELAZIONI  
PUBBLICHE ITALIANA



La **comunicazione** prosegue il suo **percorso evolutivo**, sperimentando **nuove applicazioni, nuove metodologie, nuovi strumenti**. In particolare l'attenzione degli utenti e degli specialisti è da qualche tempo fortemente focalizzata sulle opportunità offerte dalle nuove tecnologie (**high tech**). L'avvento di Internet

e delle telecomunicazioni mobili, con la loro forza liberalizzatrice e internazionale, ha aperto nuovi scenari nell'ambito dei quali ci si muove, talvolta, con troppo entusiasmo o con troppo scetticismo.

La diffusione delle esperienze collegate alle community, alla pro-sumership, all'e-commerce, etc., confermano queste attenzioni che si collegano positivamente ai concetti del marketing relazionale, proponendosi una forte convergenza tra le dimensioni del marketing e quelle della comunicazione, sempre ben presenti nel passato ma oggi fortemente rinforzate.

L'affermarsi di queste potenzialità tecnologiche porta, però, ad una possibile **individualizzazione e spersonalizzazione** del contatto che, per taluni aspetti, può sembrare una logica evoluzione ma che, da un altro lato, sacrifica una componente importante dell'uomo tesa a favorire la socializzazione e la relazione umana (**high touch**).

To ma, dunque, di attualità un vecchio slogan che recitava "High tech, high touch" evidenziando come fosse necessario bilanciare l'accentuarsi della dimensione tecnologica con un'altrettanto importante attenzione alla dimensione del contatto umano.

Significative esperienze già in corso dimostrano che modalità comunicative basate sulla relazione interpersonale risultano particolarmente efficaci e apprezzate. Ci si riferisce in particolare all'affermazione degli eventi, alla riscoperta delle fiere e mostre, così come delle pubbliche relazioni espresse in modo evoluto ma sempre centrate sul contatto e sul confronto.

L'**integrazione fra le due dimensioni, tecnologiche (tech) e umane (touch)**, rappresenta per la comunicazione una sfida perché richiede un allargamento delle competenze fra i professionisti.

L'**obiettivo del convegno**, organizzato nell'ambito del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, è, quindi, di riflettere, attraverso lo scambio di esperienze di eccellenza, su questa dimensione integrata al livello tecnologico ed umano per definire le opportunità e le minacce che questa tendenza può presentare nell'ambito della comunicazione e, in termini più generali, del marketing e del management delle imprese e delle istituzioni.

**Destinatari del convegno** sono tutte le persone che, a differenti livelli, sono impegnate direttamente o indirettamente nella comunicazione d'impresa e, quindi, includendo non solo i professionisti del settore ma anche operatori di marketing e responsabili delle strategie organizzative.

P  
R  
O  
G  
R  
A  
M  
M  
A

- 9.15** **Registrazione partecipanti**  
**9.30** **Apertura dei lavori**  
*Luigi Paganetto*, Presidente Centro Studi Economici CEIS-Tor Vergata e Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università Tor Vergata
- 9.45** **Introduzione ai lavori**  
*Sergio Cherubini*, Professore Ordinario di Marketing e Vice Direttore Master, Università Tor Vergata
- 10.10** **Le protesti emozionali**  
*Gianluca Nicoletti*, Mass-mediologo Ideatore e Curatore di Melog, RADIO24
- 10.30** **La comunicazione come design. Verso la nuova comunicazione strategica?**  
*Andrea Granelli*, Presidente KANSO
- 10.50** **Il Web 2.0 nella comunicazione aziendale**  
*Gianluca Comin*, Direttore Relazioni esterne ENEL
- 11.10** **Il riposizionamento di Lancia: una nuova gioventù per un marchio centenario**  
*Olivier François*, Amministratore delegato LANCIA AUTOMOBILES
- 11.30** **Comunicare con la larga banda**  
*Alessio Zagaglia*, Direttore Public & Economic Affairs ERICSSON
- 11.50** **La Rai/Servizio pubblico alla sfida del virtuale: come bilanciare tradizione ed innovazione?**  
*Claudio Cappon*, Direttore generale RAI
- 12.10** **Il cinema: tradizionale o sempre più virtuale?**  
*Caterina D'Amico*, Amministratore delegato RAI CINEMA
- 12.30** **I nuovi format fra reale e virtuale**  
*Stefano Balassone*, Amministratore delegato INTERFERENZE
- 12.50** **Virtuale al quadrato: il caso Second Life**  
*Bruno Cerboni*, Amministratore delegato VIP-Second Life
- 13.10** **Lunch**
- 14.10** **Centralità del cliente e nuovi servizi innovativi**  
*Paolo Vigeveno*, Direttore Relazioni Esterne ALMAVIVA
- 14.30** **Passione e tecnologia: il caso Giro d'Italia**  
*Giacomo Catano*, Amministratore Delegato RCS SPORT
- 14.50** **Il web marketing: il caso Pagine Gialle Visual**  
*Daniele D'Ambrosio*, Amministratore delegato MINERV@
- 15.10** **In touch con il consumatore, tra virtuale e reale**  
*Elena Valbonesi*, Direttore Marketing PROCTER & GAMBLE
- 15.30** **La politica e i nuovi Media: il caso di Sherpa TV**  
*Gianluca Calvosa*, Amministratore Delegato SHERPA TV
- 15.50** **La comunicazione olistica. Lo strategic design fra creatività e tecnologia**  
*Marzio Mazzara*, Direttore sede romana CARRE' NOIR
- 16.10** **I relatori pubblici: una comunità professionale internazionale alla sfida del virtuale**  
*Toni Muzi Falconi*, LUMSA e NEW YORK UNIVERSITY, Senior Counsel METHODOS
- 16.30** **L'uomo fra reale e virtuale. L'opera musicale La Divina Commedia. L'uomo che cerca l'amore**  
*Riccardo Rossi*, Direttore Generale NOVA ARS Musica Arte Cultura, *Mons. Marco Frisina*, Maestro Direttore della CAPPELLA MUSICALE LATERANENSE e Autore dell'opera
- 17.00** **Conclusioni**

Il rispetto dell'ordine degli interventi dipenderà primariamente dalle agende personali dei partecipanti.

Organizzazione e Comunicazione  
Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media  
Facoltà di Economia  
Università degli Studi di Roma Tor Vergata

Responsabili scientifici e organizzativi  
Prof. Sergio Cherubini e Dott.ssa Simonetta Pattuglia  
Tel. 06-72595510-5522-5543

Accrediti:  
comunicamedia@economia.uniroma2.it  
oggetto: 13 dicembre