

web 2.0

come creare relazioni dentro e fuori l'azienda

macerata, aprile 2009

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net

e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



enterprise 2.0

un'azienda 2.0 e' fatta di persone 2.0, che utilizzano strumenti innovativi (2.0) per comunicare, scambiarsi informazioni, condividere opinioni.

un'evoluzione della classica intranet e dei classici software utilizzati all'interno dell'azienda per migliorare la produttività quotidiana.



Web 2.0 Goes to Work for Business

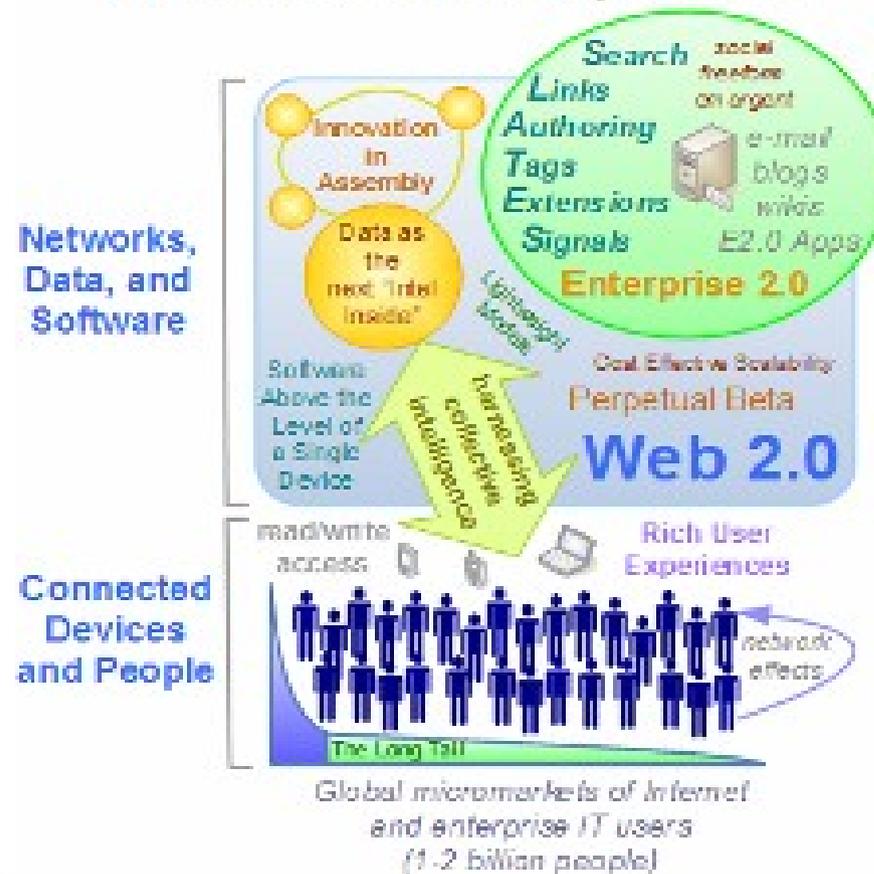


16.04.09

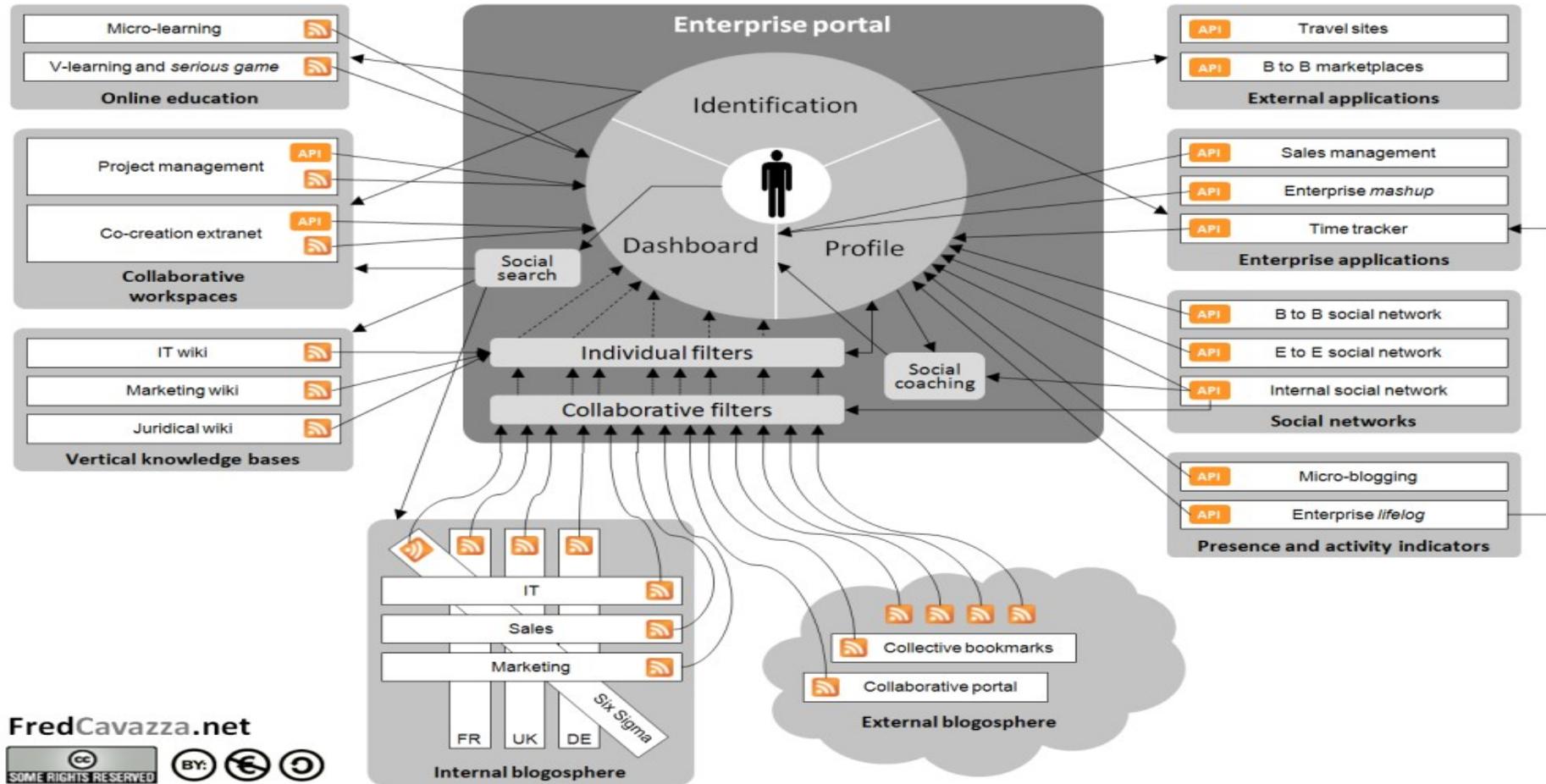
michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



An Anatomy of Emerging Networked Software Models at the Beginning of the 21st Century: Web 2.0 and Enterprise 2.0

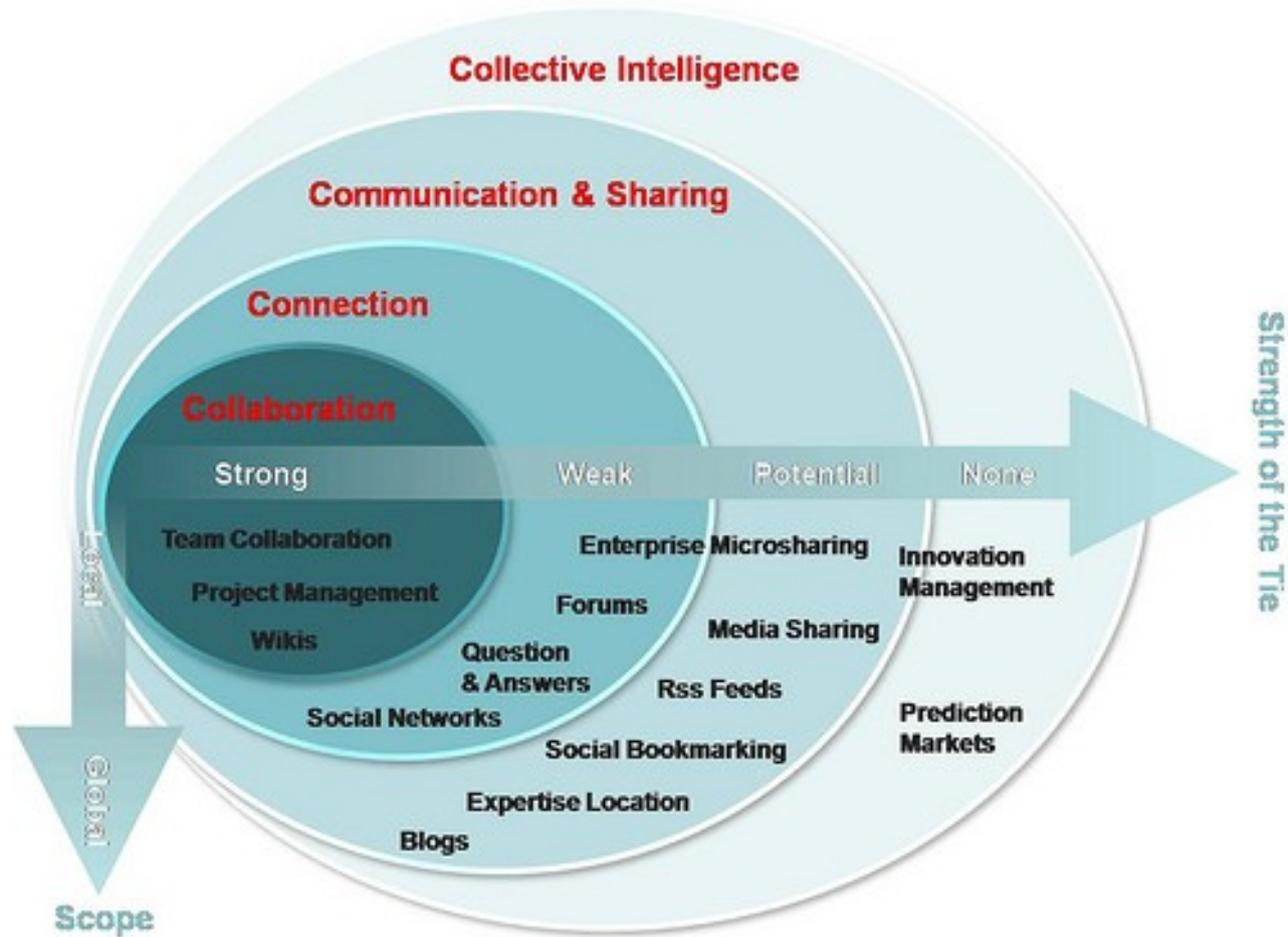


Enterprise 2.0 overview



FredCavazza.net





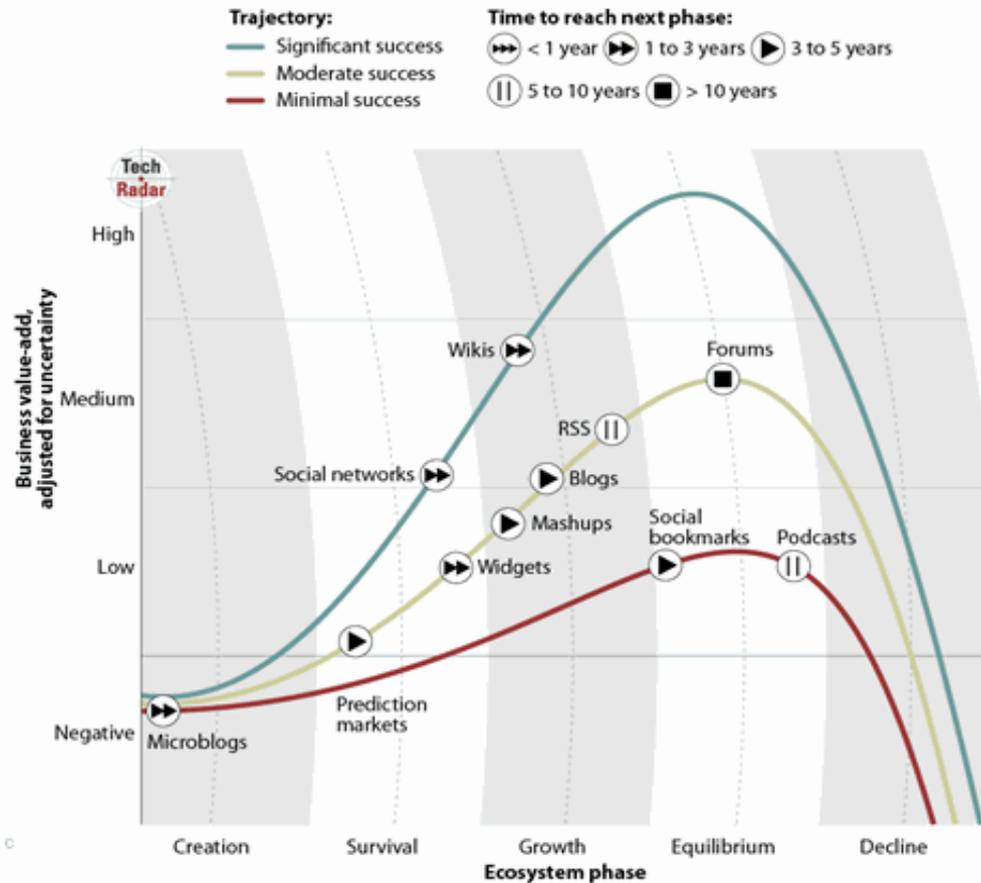
Source: Emanuele Quintarelli © -- www.socialenterprise.it



Enterprise 1.0 (-1p)	Enterprise 2.0 (+1p)
gerarchia	organizzazione "piatta"
attrito nei processi	fluidità dei processi organizzativi
burocrazia	agilità
rigidità	flessibilità
tecnologia guidata dall'IT/mancanza di controllo per l'utilizzatore	tecnologia sviluppata sull'uso e le esigenze degli utenti
Top down	Bottom up
centralizzata	distribuita
i gruppi lavorano alle stesse ore nello stesso canali e confini definiti	i gruppi collaborano a livello mondiale confini sfumati, aperti e permeabili
necessità di conoscere	trasparenza
sistemi informatici strutturati e predefiniti	sistemi informatici emergenti e adattabili
tassonomie	folksonomie
complessità generale	semplicità
standard chiusi e proprietari	standard aperti
programmazione	a richiesta
time-to-market lunghi	time-to-market brevi

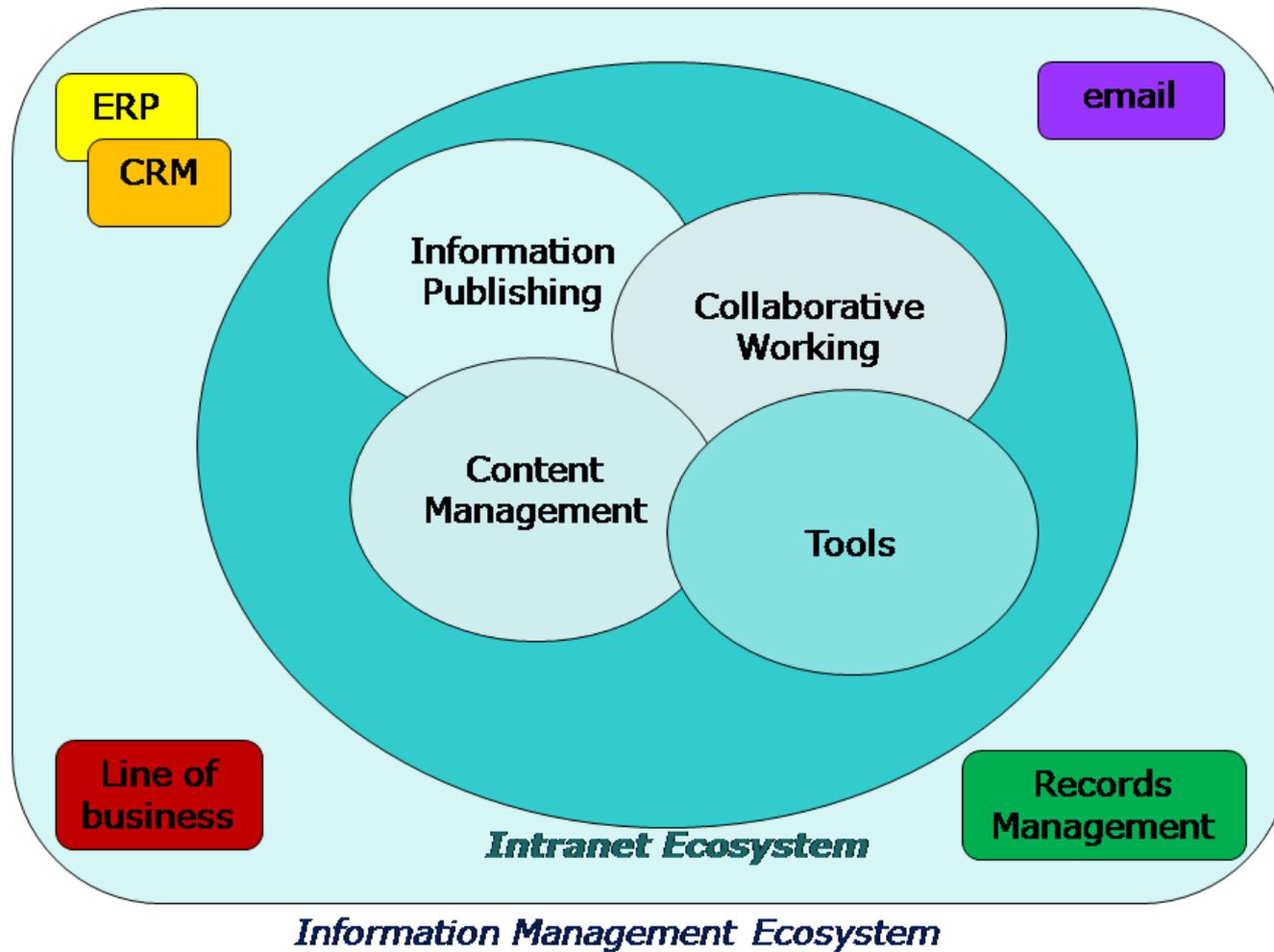


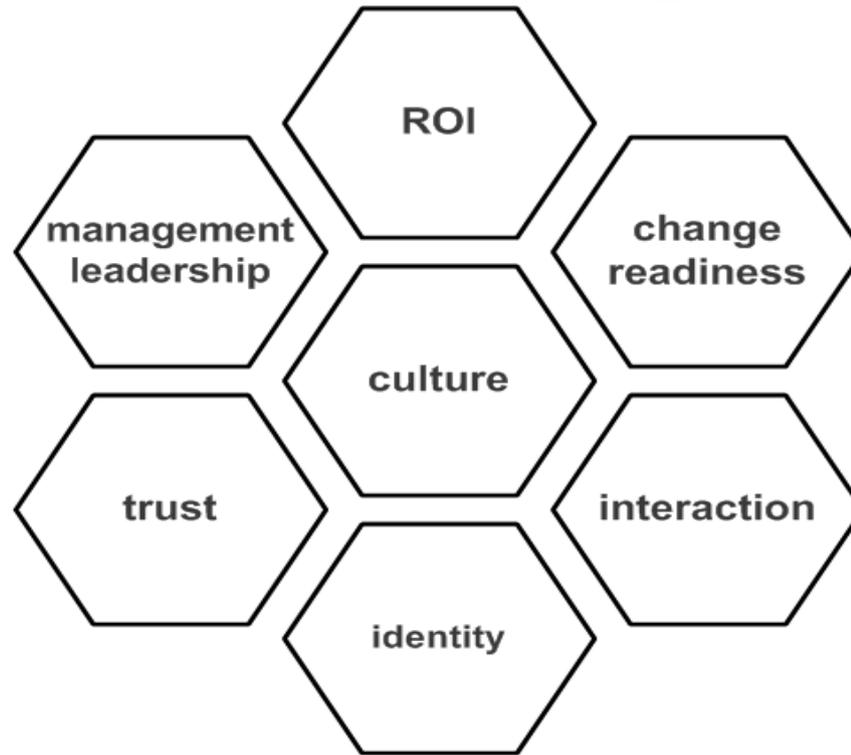
For collaboration, we expect some tools to outperform others



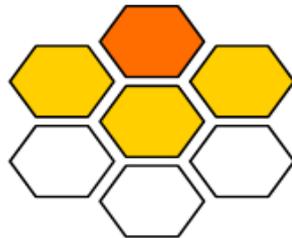
Note:
When adjusted for uncertainty, none of the tools guarantee high business value today.



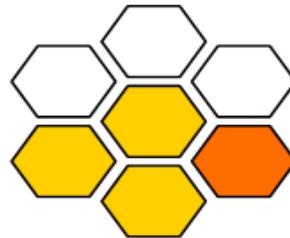




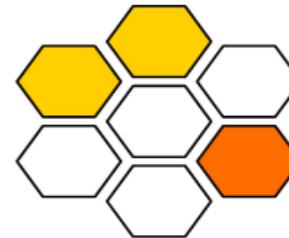
Top-down strategy

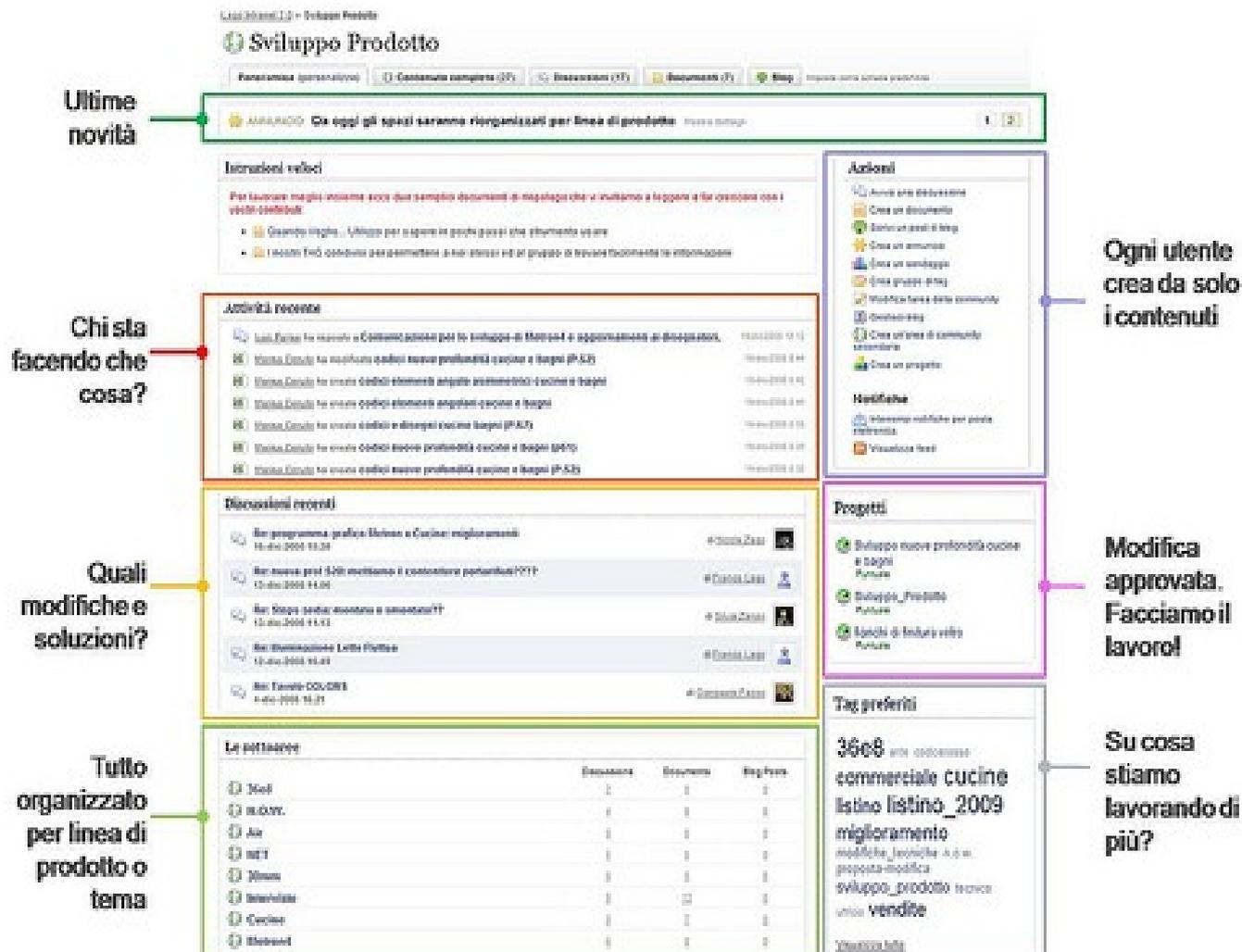


Bottom-up strategy



Technology strategy





Sviluppo Prodotto

Ultime novità

Chi sta facendo che cosa?

Quali modifiche e soluzioni?

Tutto organizzato per linea di prodotto o tema

Ogni utente crea da solo i contenuti

Modifica approvata. Facciamo il lavoro!

Su cosa stiamo lavorando di più?

Attività recente

- lago spa ha creato o Commento azione per lo sviluppo di Moduli e aggiornamenti di sviluppo.
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto bagno e bagno
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto bagno e bagno
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)
- lago spa ha creato o Modulo nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)

Discussioni recenti

- Per programma grafica Modulo e Cucina miglioramenti
- Per nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)
- Per nuovo prodotto bagno e bagno
- Per Modulo nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)
- Per nuovo prodotto cucina e bagno (P&S)

Le settimane

	Discussioni	Documenti	Blog Posts
Mod	2	1	1
Modulo	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1
Mod	1	1	1

Azioni

- Aggiungi una discussione
- Crea un documento
- Caricamento di file
- Crea un annuncio
- Crea un sondaggio
- Crea gruppo di tag
- Modifica tema della community
- Commento blog
- Crea un tema di community
- Caricamento file

Notifiche

- Interesse notifiche per posta elettronica
- Visualizza feed

Progetti

- Sviluppo nuovo prodotto cucina e bagno
- Sviluppo Prodotto
- Modulo di Modulo nuovo

Tag preferiti

3608 attività discussioni

commerciale cucine listino listino_2009 miglioramento modifiche_janovita 4.0 m. poposta-modifica sviluppo_prodotto tecnico vendite



The screenshot shows the 'bticino' website interface for the 'sul campo' community. The header includes the bticino logo and a navigation bar with links for 'COMPAGNIA', 'RISORSE', 'CONTATTI', and 'ESB'. The main content area is titled 'A TUTTO PRODOTTO' and features a search bar, a sidebar with navigation links, and a central article snippet about 'Video Display'.

bticino bt_Rec1

SUL CAMPO
FTC COMMUNITY

Mer 11 Apr, 2007

TRA DI NOI

- Volti e nomi

A TUTTO PRODOTTO

- Prodotti DOC
- Formazione
- Prova su strada
- Info Tecnica

DAL MERCATO

- Referenze
- Info MKD e Circolari
- La voce del cliente
- Ultim'ora

DI LA TUA

A TUTTO PRODOTTO

bticino si mette in gioco per un confronto diretto con la concorrenza, una prova "sul campo" che valuta i prodotti in funzione di specifici indicatori

Video Display

Dal 11/04/2007 (11/04) il: Lun 02/04, 2007 [11/04] (20 lettori)

 **continua**

SOFTWARE TECNICI

- Area download

A PORTATA DI MANO

- BT cinese
- Le sapevate che?

SCOPRI AUTOSKILL

- Parti da FTC
- Vendita / Comprato
- Insieme

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



social media marketing

creare una community, ma anche partecipare, conversare, condividere informazioni per creare contatti ed opportunità di comunicazione.

utilizzare i social network come strumento per collaborare e farsi conoscere online.



la conversazione dal basso deve essere:

- trasparente
- comprensiva
- autentica
- vibrante
- guidata dal consumatore

la conversazione dal basso non deve essere:

- controllata
- organizzata
- esclusiva
- orientata al prodotto
- basata sul messaggio



non solo parlare con i consumatori ma accompagnarli durante il processo decisionale d'acquisto

spesso si pensa che gli strumenti 2.0 possano sostituire la funzione che fino ad ora aveva svolto la pubblicità tradizionale: convincere i consumatori ad acquistare prodotti o servizi. senza rendersi conto che stiamo vivendo un forte periodo in cui il paradigma è cambiando.

il marketing è diventato conversazione.



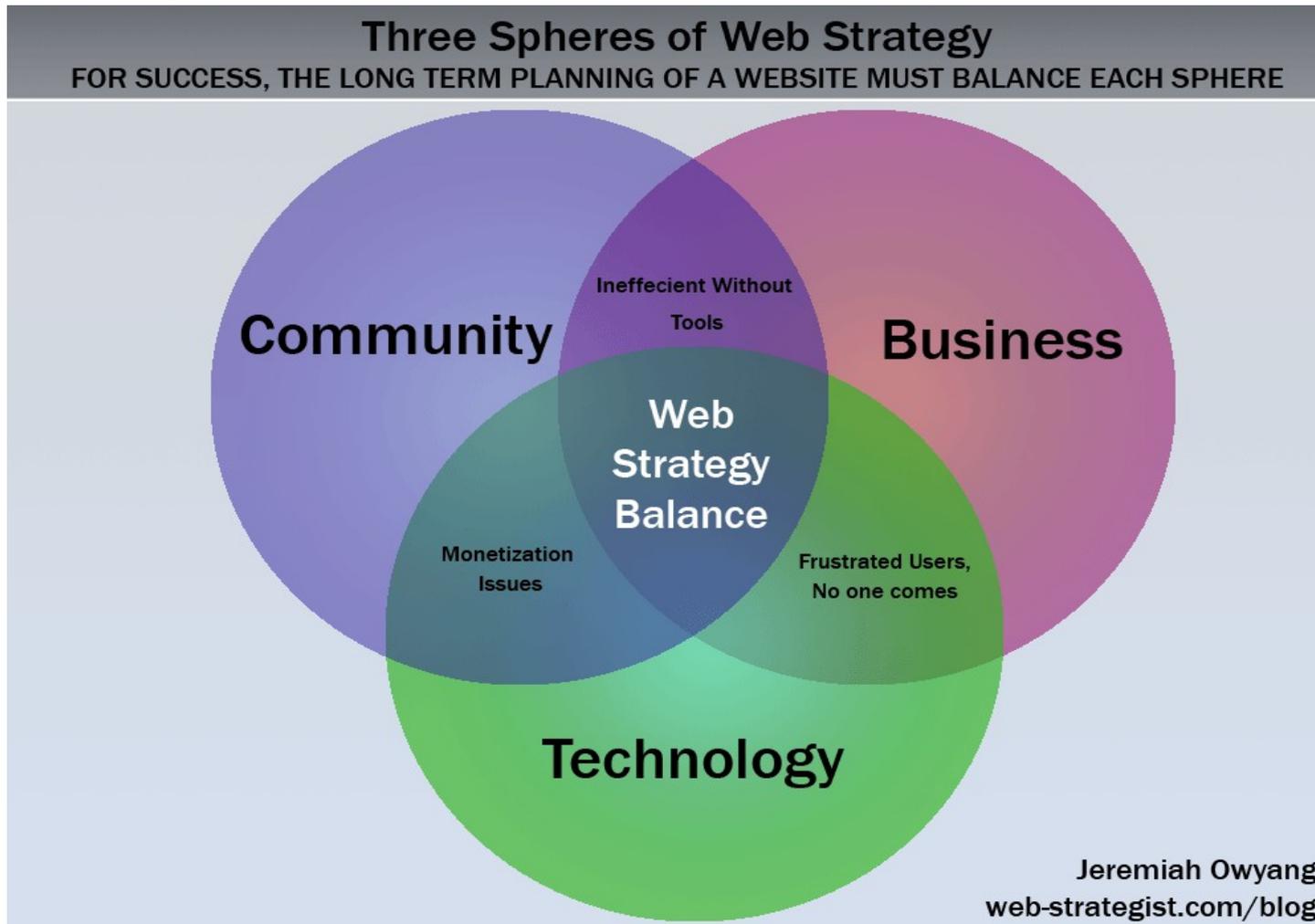
se si sta tentando di far leva sulla community attraverso strategie di social media marketing, ci sono alcuni aspetti da tenere in considerazione:

1 pensate alla tribù dei consumatori e non segmenti di mercato

2 pensate alla rete e non al canale

3 pensare il cliente al centro e non un prodotto



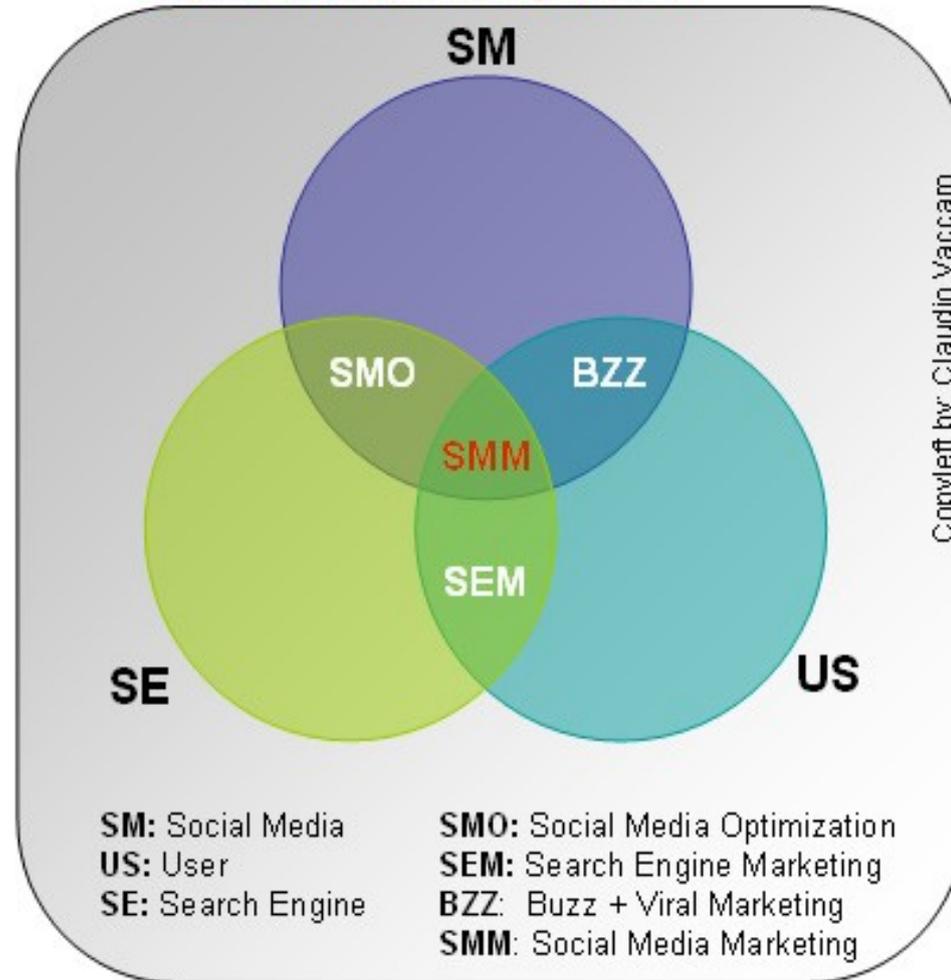


16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



Social Media Marketing: a vision

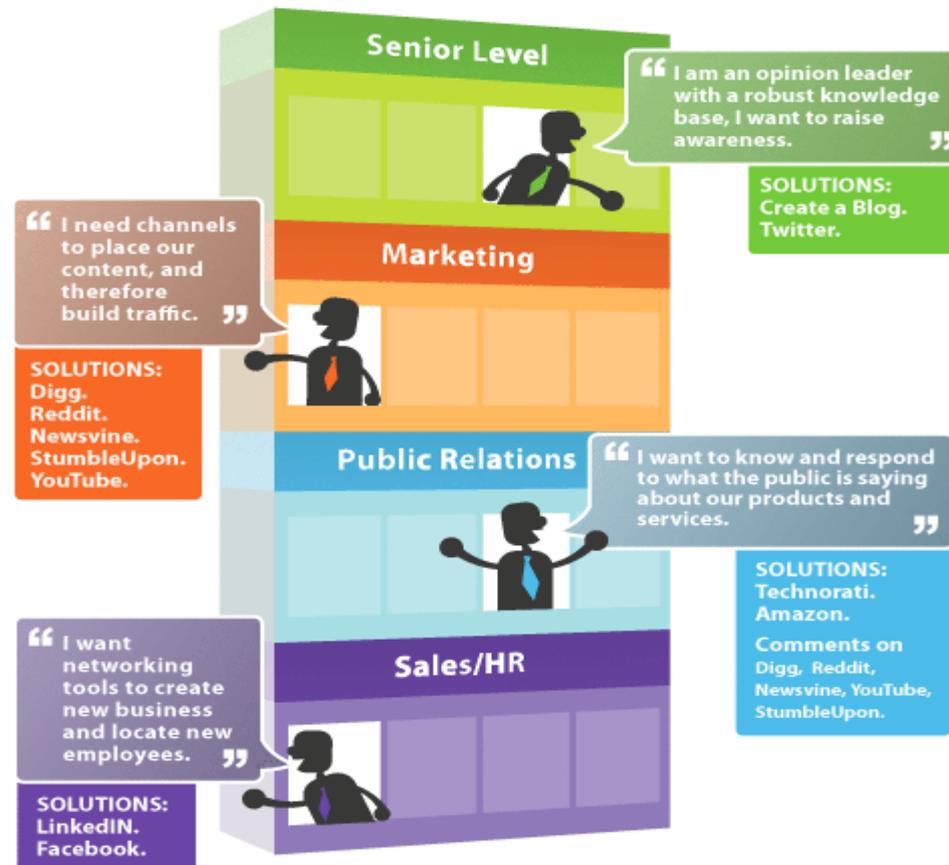


16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



Building a Company with Social Media



© 2008 Elliance. All Rights Reserved | www.elliance.com

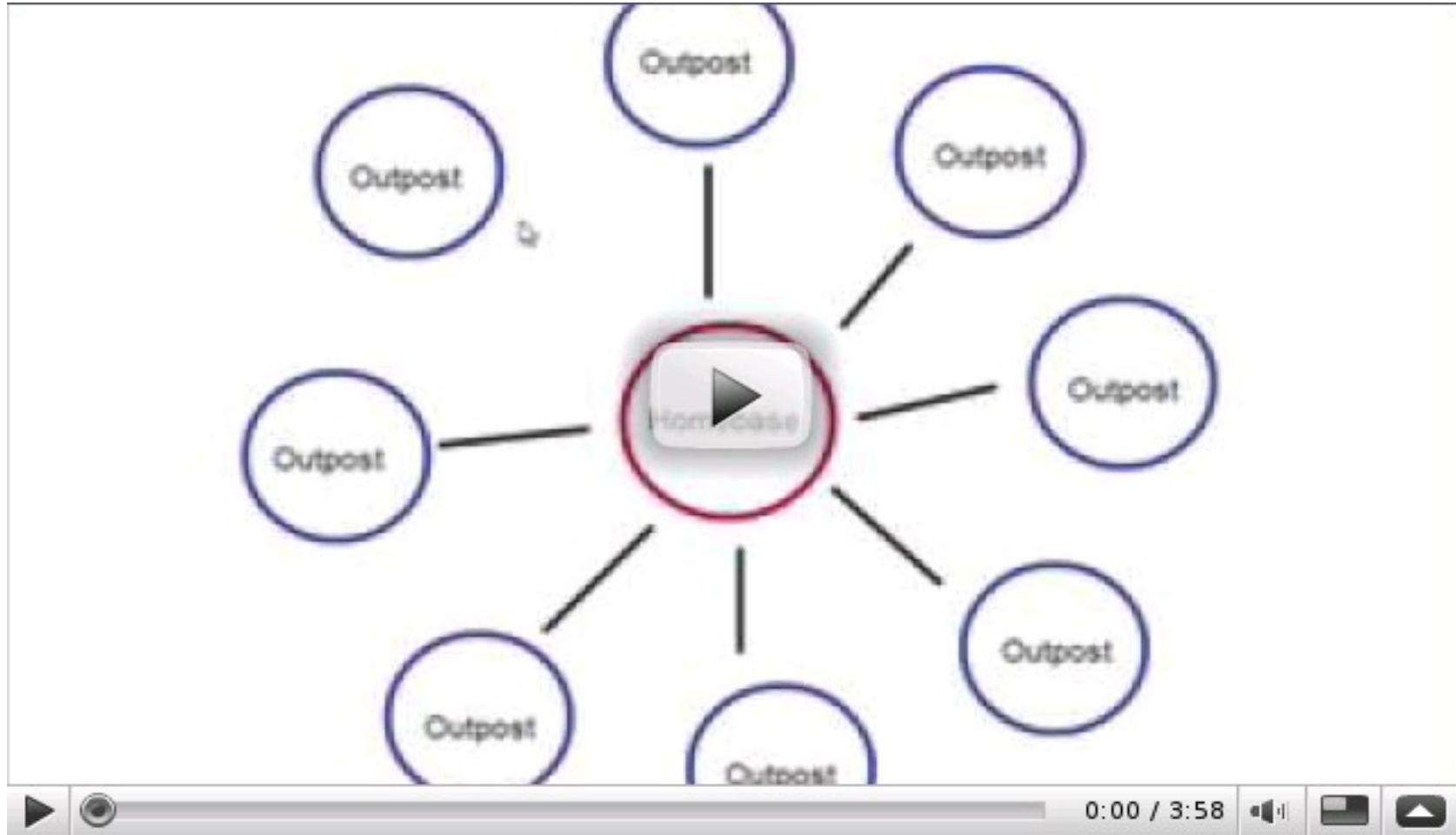
16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net

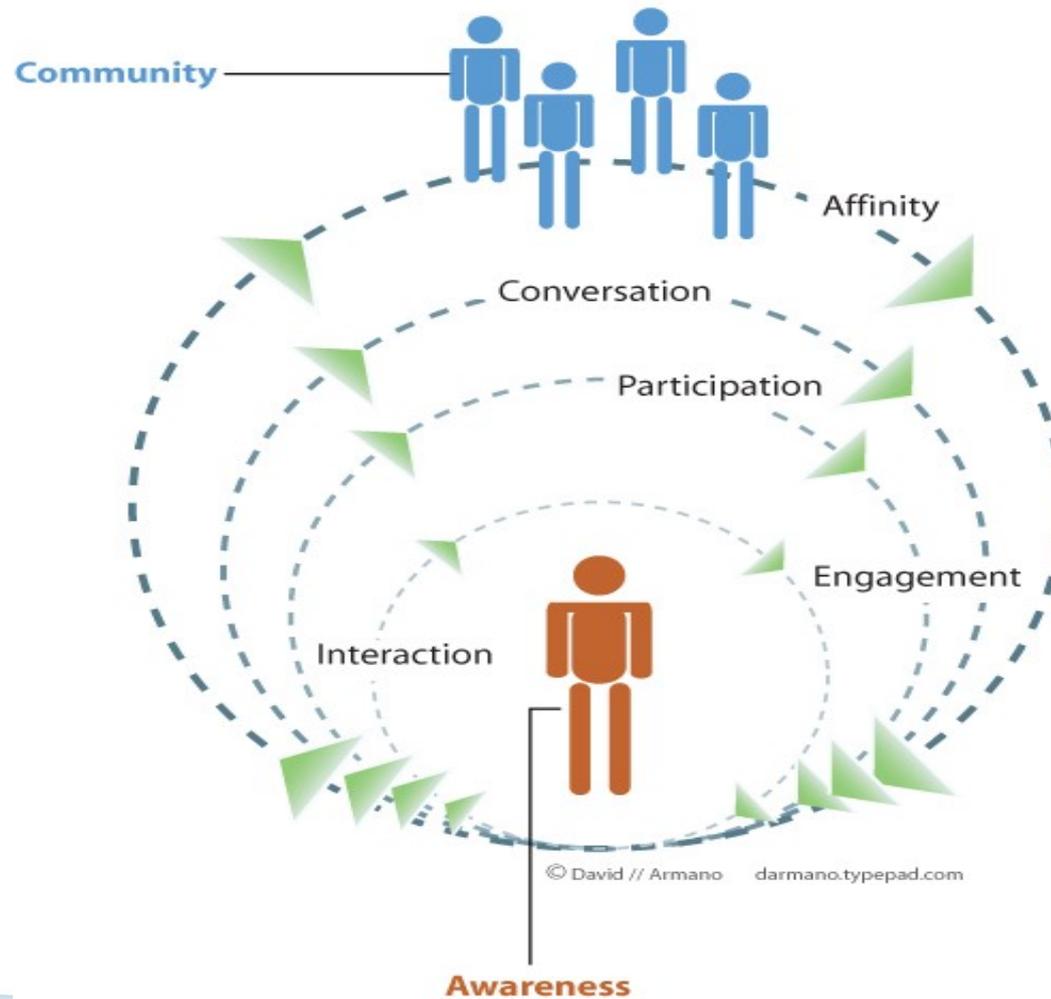


SOCIAL MEDIA MARKETING MADNESS





The Marketing **Spiral**



16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net





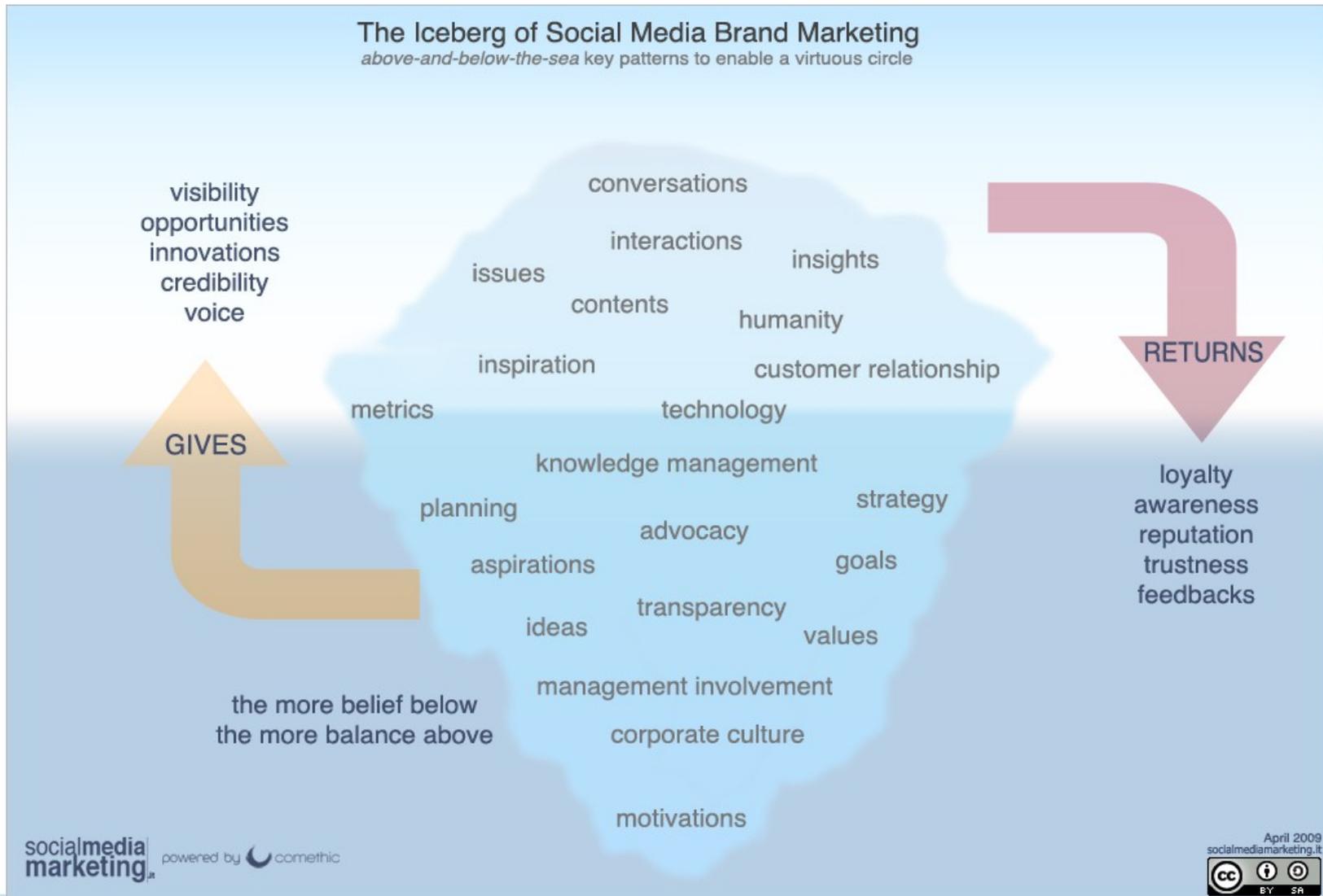
Piramide di Maslow 2.0



16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
 e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net





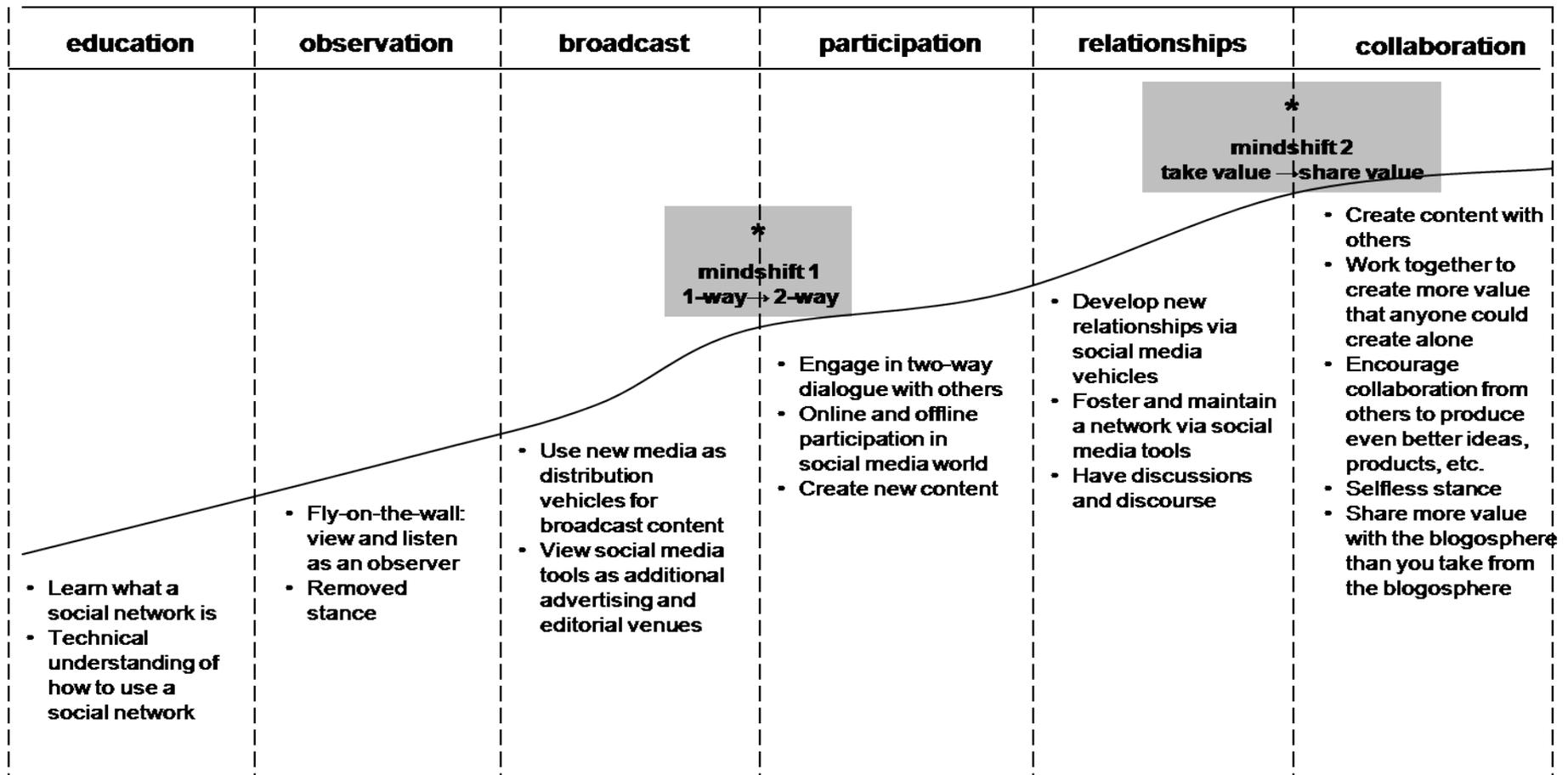
16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net



Social Media Adoption Curve

→ phases of social media adoption →



Created by Maxine Toller, 11/6/2008

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net



my
STARBUCKS IDEA

SHARE.
VOTE.
DISCUSS.
SEE.

Share Your Idea

View All Ideas

Ideas In Action

About This Site



Welcome, Guest

Sign In
to share, vote
& discuss

SIGN IN

search

CATEGORIES

PRODUCTS

- Coffee & Espresso Drinks 16,741
- Tea & Other Drinks 5,112
- Food 7,167
- Merchandise & Music 3,050
- Starbucks Card 3,903
- Other Product Ideas 4,854

EXPERIENCE

- Ordering, Payment & Pick-Up 4,236
- Atmosphere & Locations 7,126
- Our Partners (Employees) 1,584
- Other Experience Ideas 4,501

INVOLVEMENT

- Building Community 2,168

Help shape the future of Starbucks - with your ideas

You know better than anyone else what you want from Starbucks. So tell us. What's your Starbucks Idea? Revolutionary or simple-we want to hear it. Share your ideas, tell us what you think of other people's ideas and join the discussion. We're here, and we're ready to make ideas happen. Let's get started.



share

Post your Starbucks Idea - from ways we could improve to things we've never even thought of.



vote

Check out other people's ideas and vote on the ones you like best. The community votes. The community decides.



discuss

Talk about ideas with other customers and our Starbucks Idea Partners and help make them even better.



see

This is the proof. See which of your ideas were the most popular and watch as we take action.

MOST RECENT IDEAS

Improved Disposable Lid Design 1 Hour(s) Ago

Wi-Fi instruction card 3 Hour(s) Ago



QUESTION OF THE DAY

At Starbucks I use ...



NIKE.COM NIKESTORE.COM DOWNLOAD PRODOTTI REGISTRATI ACCOUNT PERSONALE NEWSLETTER

Connettiti alla tua esperienza di corsa. Rivivi le tue corse. Registra i tuoi progressi.

UTENTI NIKE+:
▶ Accedi

Home

♂ vs ♀

OGNI CORSA E' QUELLA CHE CONTA

ENTRA IN AZIONE ▶

GUARDA LO SPOT ▶

NIKE+

COSA È NIKE+ ▶

ISCRIVITI ALLA GARA ▶

Horsey ha sincronizzato una corsa di 2.56 km a Marylebone, Regno Unito ▶

Le mie corse

Le sfide

Community

Abbigliamento e musica

Assistenza

809

1 98.6 6 6.8 27 km

ITALY CAMBIA PAESE STORE LOCATOR ASSISTENZA CLIENTI PRIVACY/TERMINI DI UTILIZZO ©2009 NIKE TUTTI I DIRITTI RISERVATI

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net



web reputation

cos'e' la reputazione online di un'azienda, come si costruisce e come si effettua il monitoring per fare in modo che, anche online, l'azienda acquisti la sua reputazione.



Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!



ascoltare

l'ascolto è la prima cosa che le aziende devono attuare: ascoltare le conversazioni dei consumatori su internet, ascoltare ciò che la rete dice di loro, dell'azienda, delle marche, dei prodotti, del management.

dialogare

subito dopo l'ascolto c'è il dialogo e l'ingresso nella conversazione stessa. ci sono delle regole e delle tecniche su come cominciare a interagire e a dialogare online con i propri stakeholder, con gli opinion leader della rete, utilizzando nuovi linguaggi.

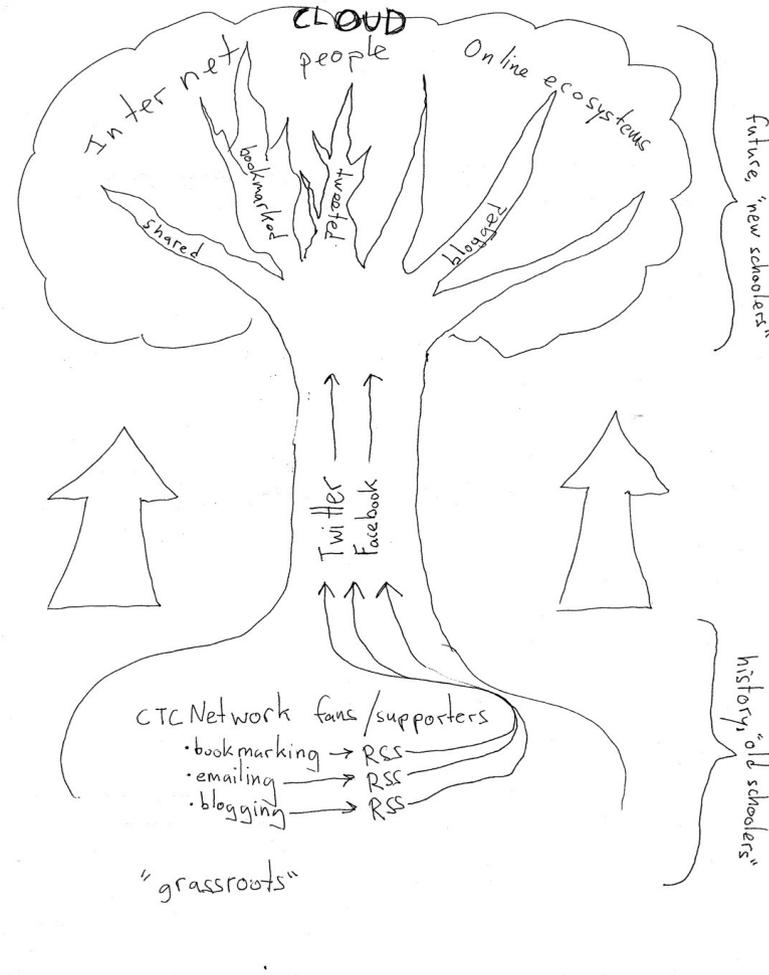


monitorare.

le aziende hanno spesso paura di perdere il controllo della conversazione, perché in rete l'utente può rispondere, può criticarti, può lodarti (un tempo questo non accadeva). ma non prendere parte a una conversazione per paura della critica non avrebbe alcun senso, dato che la critica potrebbe arrivare comunque.

meglio quindi entrare nella conversazione. controllarla è impossibile, orientarla è difficile, influenzarla partecipandovi e dialogandovi apertamente su ogni aspetto è l'unica scelta che oggi si prospetti a un'azienda su internet.





16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net



il grande tema della **web reputation** è un argomento di forte attualità, con cui ci confrontiamo quotidianamente: nel web non ci sono più né barriere né limiti tecnologici, chiunque può facilmente trovare in internet un proprio spazio per comunicare.

la notorietà del marchio ed una buona reputazione sono i principali criteri che influenzano le decisioni d'acquisto on line e i fattori chiave che permette di monitorare la percezione del consumatore riguardo un'azienda, un brand o un servizio e capire che tipo di opinioni su questi ci sono in rete.



i risultati ottenuti grazie al monitoraggio della reputazione on-line non sono altro che il punto di partenza per una programmazione di una presenza strategica sul web che possa completare eventuali lacune informative della presenza off-line.

diversi possono essere gli strumenti utilizzati in queste strategie, ma la reputazione oggi sta tutta online: **i social media sono ormai i luoghi di confronto per tutte le aziende, che spesso faticano a capirne i meccanismi e a utilizzarli come strumenti per dialogare con gli utenti.**



la rete parla di noi anche se non lo sappiamo o non lo vogliamo.

infatti internet offre un enorme quantità di informazioni costantemente aggiornate e quanto pubblicato rimane nel tempo, reperibile a chiunque sia interessato a quei dati. nella rete commenti e opinioni sono oggetto di confronto tra gli utenti/consumatori anche a distanza di tempo dall'iniziale pubblicazione. **la reputazione, tanto on-line quanto off-line, va creata, costruita, coltivata, ed in alcuni casi difesa tramite il dialogo.**



A Giugno 2008 la Mosaico Arredamenti cita in giudizio per 400.000 euro, Sergio Sarnari per aver diffamato la Società in seguito a un post sul suo Blog.

Reazione dei bloggers: centinaia di post distruggono la reputation e il posizionamento di Mosaico.



Google [Ricerca avanzata](#)
[KW Research](#) | [AW Sandbox](#) | [Traffic Estimator](#) | [Trends](#) | [Insights](#) | [Sktool](#) | [Sponsored Results](#) | [100](#) | [CSV](#)
Cerca: nel Web pagine in Italiano pagine provenienti da: Italia

Risultati 1 - 100 su circa 34.800 per **mosaico arredamenti**. (0,28 secondi)

Cerca anche su [Yahoo](#), [Live](#), [Lycos](#), [Exite](#), [Altavista](#)

1. [Il Mosaico - sistemi di Arredamento](#)

Sistemi di **arredamento**, cucine, camere, camerette, salotti, soggiorni, serramenti: la nostra squadra di esperti architetti, arredatori, geometri, ...]

[www.mosaicointernational.it/](#) - 14k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#) - [Salva](#) - [Cronologia](#)

[Lavora con noi](#) | [Sistemi di Arredamento](#)
[Profilo](#) | [Showroom](#)
[Contatti](#)

[Altri risultati in mosaicointernational.it >](#)

#1 | PR: 3 | [Traffic Value: ?](#) | [Age: 08-2002](#) | [Twitter: ?](#) | [Technorati: ?](#) | [Trends](#) | [dmoz: -](#) | [Whois](#) | [Yahoo position: 7](#) | [Majestic SEO linkdomain: ?](#)

2. [La Mosaico Arredamenti e il busto da 400.000 euro > Haramlik](#)

Questa storia della **Mosaico Arredamenti** e di Sergio Sarnari che si era lamentato sul suo blog del servizio ricevuto da loro è portentosa, e si riassume nel ...

[www.ilcircolo.net/lia/591.php](#) - 273k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#) - [Salva](#) - [Cronologia](#)

#2 | PR: 3 | [Traffic Value: ?](#) | [Age: 04-2001](#) | [Twitter: ?](#) | [Technorati: ?](#) | [Trends](#) | [dmoz: -](#) | [Whois](#) | [Yahoo position: -](#) | [Majestic SEO linkdomain: ?](#)

3. [Mosaico Arredamenti: una pessima crisis management | Dietro le quinte](#)

BT Dopo una giornata in corsa per il progetto sperimentale TV/Elezioni locali e una serie di obiezioni tecniche/informatiche da visita a Lourdes, torno a casa.

[dietrolequinte.bloglist.it/2008/06/11/mosaico-arredamenti-una-pessima-crisis-management/](#) - 6k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#) - [Salva](#) - [Cronologia](#)

#3 | PR: 2 | [Traffic Value: ?](#) | [Age: -](#) | [Twitter: ?](#) | [Technorati: ?](#) | [Trends](#) | [dmoz: -](#) | [Whois](#) | [Yahoo position: -](#) | [Majestic SEO linkdomain: ?](#)

4. [Arredamenti | Dietro le quinte](#)

BT Sceglie i mobili con la sua (futura) signora da tale **Mosaico Arredamenti** di ... Continua a leggere "**Mosaico Arredamenti**: una pessima crisis management" ...

[dietrolequinte.bloglist.it/tag/arredamenti/](#) - 53k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#) - [Salva](#) - [Cronologia](#)

[Altri risultati in dietrolequinte.bloglist.it >](#)

#4 | PR: 2 | [Traffic Value: ?](#) | [Age: -](#) | [Twitter: ?](#) | [Technorati: ?](#) | [Trends](#) | [dmoz: -](#) | [Whois](#) | [Yahoo position: -](#) | [Majestic SEO linkdomain: ?](#)

5. [Mosaico Arredamenti: Sarnari è libero. Ora tocca a noi. - Marco ...](#)

Sembra che **Mosaico Arredamenti** non abbia poi dato seguito alla querela. Dico sembra perché non è ancora chiaro se ha lasciato scadere i termini o se è stata ...

[www.camisanicalzolari.com/2009/01/mosaico-arredamenti-sarnari-libero-ora-tocca-a-noi.html](#) - 36k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#) - [Salva](#) - [Cronologia](#)

#5 | PR: 0 | [Traffic Value: ?](#) | [Age: 11-2007](#) | [Twitter: ?](#) | [Technorati: ?](#) | [Trends](#) | [dmoz: -](#) | [Whois](#) | [Yahoo position: -](#) | [Majestic SEO linkdomain: ?](#)

Link sponsorizzati

[Mosaico vetro 9,95 €/mq](#)

Ideale per rivestimento del bagno
Prezzo per Classic White IVA compr.

[www.iperceramica.it/mosaico](#)
Pesaro

[Mobili Ikea](#)

scopri la qualità al miglior prezzo
convertiti al design svedese

[www.ikea.com/it](#)

[Mosaico](#)

Tutto di **Mosaico**

Mosaico - Adesso su Ask!

[www.Ask.com](#)

[Visualizza il tuo messaggio qui >](#)

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net

e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net





Il blog del marketing minimale.

un blog chi sono il mio libro tumblr feed RSS

L'unica community dove non puoi dire niente

01 aprile, 2009



Quattro pagine sul Corriere, ripetute varie uscite da settimane, con un enorme campeggiante **kitchen.it** (di cui l'ultima occupata da una insensatissima raccolta di migliaia di indirizzi di rivenditori Scavolini in font 5). Almeno 100.000 euro*, immagini. Ehi, questi ci credono, pensi.

Pieno di speranze allora vai con il tuo browser all'indirizzo in **questione**, e ci trovi la community - una raccolta di cataloghi e contenuti aziendali (anche ben fatta, nel suo genere), che ovviamente viene chiamata, in home page, *community* (anche se poi la redazione, in "contatti" si lascia scappare freudianamente un "portale").

Vieni allora attirato dall'area "*parliamo di cucine*". Peccato che non ci trovi neanche un minimo interstizio dove lasciare scritto che eri passato a trovarli o la foto della tua cucina. Ah, ok, parliamo nel senso che *parlate voi*.

Ok, allora il commento lo piazzai qua, e metti una foto con lo sfondo della tua cucina. **Berloni**, però.



[mini]wiki
Dove leggi i vecchi post per argomento

4 anni di [m]m

Scegli il mese

Web qui

Cerca

pubblicità

METAFORA AD NETWORK

L'ABRUZZO ha bisogno dell'AIUTO di TUTTI!

Scopri come pbwiki

La referenza: un wiki per raccogliere informazioni

blogrock&roll

- Vite simultanee from Marketing Usabile
- Davide contro Golia: un blogger cita in giudizio Goldman...
- Lega ladrona from Nicola Mattina Blog
- Ho perso un giro, credo from Squonk
- Realtà digitali #6: Quando l'Italia scopri a

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xstrategy.net
e-xstrategy srl - www.e-xstrategy.net





gluca - [mini]marketing

Elenchi amici: [Home feed \(aggiungi/modifica\)](#)

[Feed](#)

[Commenti + Preferenze](#)

[gluca + Amici](#)

[« Torna al feed di gluca](#)

[\[mini\]marketing](#)

[L'unica community dove non puoi dire niente](#)



1 Aprile alle 0:17 - [minimarketing.it](#) - [Commento](#) - [Altro](#) ▾

- 😊 sono piaciuti a [Adriano Gasparri](#), [Anna](#), [Francesca Maroni](#), [PierLuca Santoro](#), [Michele Polico](#), [vincenzo](#), [MacGiorgia](#), [Stefano](#), [Alfonso Pace](#), [Francesco Gavello](#), [Marco Cordioli](#) e [Milo Maneo](#) (Non mi piace più)
- 💬 E pensare che tempo addietro avevano pure un forum (ora non so se è nuovamete attivo) decentemente interessante - [Foxarts](#)
- 💬 gli è che dire "community" fa figo. - [MacGiorgia](#)
- 💬 però, dai, che carini, con la ricetta degli scones danno l'emmepitré di "Scotland the brave"... :) - [MacGiorgia](#)
- 💬 se c'e' e' nascosto bene :) - [gluca - \[mini\]marketing](#)
- 💬 vai sul quadrotto verdino/azzurino ospedale che dice "kitchens music", e poi clicchi sul link di rimando a quella ricetta: <http://www.kitchens.it/articol...> :) - [MacGiorgia](#)
- 💬 Per aiutare i clienti a capire che quello che loro chiamano "community" è in realtà una specie di database utenti con un minimo di affinità dentro ho coniato la dizione di "community latente", quantomeno così non ti invischi nel "cos'è una community" :) - [mafe](#)
- 💬 @Mafe come un elenco telefonico (community latente) non rappresenta una cittadinanza. Che io sia nell'elenco telefonico di Milano, è cosa ben diversa dal rappresentare la appartenenza alla cultura meneghina. :) - [Luca Perugini](#)
- 💬 Luca, è esattamente l'esempio che faccio io - ho scritto "con un minimo di affinità", aggiungo "affinità che crea consapevole aggregazione". Essere nell'elenco telefonico no, abitare nello stesso isolato o avere un iphone sì. - [mafe](#)
- 💬 Per aiutare a capire cosa crea aggregazione o no l'esercizio che faccio fare in aula è "sei seduto vicino a uno sconosciuto a una cena, quali sono le cose che se scopri di avere in comune ti fanno iniziare a chiacchierare". "Ma no, anche tu, ma pensa" - [mafe](#)
- 💬 Ecco, per tornare a cari vecchi temi, mangiare lo stesso yogurt no, avere problemi di stitichezza sì ;-) - [mafe](#)
- 💬 Tempo fa feci una fugace apparizione nell'azienda che ha realizzato Kitchens e all'epoca era un prodotto pluri-premiato e blasonato, in particolare per la qualità editoriale. Il concetto è sempre lo stesso, l'azienda non vuole assolutamente esporsi a rischi "inutili" ed è soddisfatta del traffico al sito. Il concetto di community è un abuso del termine, dal momento che la trasmissione è a senso unico. Per di più l'idea è che i potenziali utenti vengono per



Carrefour di Assago - Insulti al figlio autistico



16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



FRIENDS

Black Cat

Mamma, webmaster e felide bastarda.



« CaTwitter del 2008-09-12

Rete e solidarietà »

SEP
13
2008

Email che fanno male.

Alla CA. Gentile Direzione Carrefour di Assago

Mi chiamo Barbara e sono la mamma orgogliosa di un bambino autistico di quattro anni.

Nel Vostro sito, leggo della Vostra missione e soprattutto del Vostro impegno nel sociale.

"La nostra capacità di integrarci con il territorio in cui siamo presenti, di comunicare con le istituzioni locali e di sostenere progetti sociali e associazioni umanitarie si riscontra attraverso azioni concrete:

- *Finanziamento della ricerca contro alcune malattie del XXI secolo*
- *Sostegno alla giornata nazionale indetta dal Banco Alimentare per la raccolta di generi alimentari*
- *Sostegno di iniziative umanitarie di vario tipo"*

Lasciatemi dire che oggi nel punto vendita di Assago avete sfiorato la discriminazione punibile per legge.

Era previsto un evento che mio figlio aspettava con ansia: il tour delle auto a grandezza reale del film Cars.

Vestito di tutto punto con la sua maglietta di Cars, comprata DA VOI, oggi l'ho portato, emozionatissimo, ad Assago. Vista la posizione di Saetta, ci siamo avvicinati per fare una foto. Click, click, click, bimbo sorridente a lato della macchina. Avevate previsto un fotografo, sui sessant'anni, sembrava un rassicurante nonno con una digitale da 2000 euro, collegata

make Gattaniglio talk to me
I have a Nabaztag bunny that can read the messages you send him!

Type here!!



Send the message!

Recent Posts

Resurrezione anticipata
Il mio eroeeee
Google puericoltura
Segnalazioncina :)
Dio in terra

Recent Comments

Terry on
Resurrezione
anticipata
Vale on



Resurrezione anticipata

16.04.09

michele luconi - m.luconi@e-xtrategy.net
e-xtrategy srl - www.e-xtrategy.net



web site: <http://www.e-xstrategy.net>

corporate blog: <http://www.e-xstrategy.net/blog>

life streaming: <http://www.e-xstrategy.net/live>

**dietro ciò che vedi,
c'è un mondo che neanche immagini.**



web20work

elliance

dion hinchcliffe

hubspot

fred cavazza

todaybesttools

emanuele quintarelli

tommaso sorchiotti

daniele cerra

david armano

forrester

andrea colaianni

jeremiah owyang

enzo santagata

claudio vaccaro

maxine teller

leonardo bellini

