



## NEWS

## Nasce MarketingCamp, un nuovo modo di condividere il sapere al di fuori degli schemi classici dei convegni tradizionali

**Ispirato al format del BarCamp, il MarketingCamp si differenzia per una maggiore "Professional Seniority" dei partecipanti. Il primo MarketingCamp, tenutosi a Milano negli scorsi giorni, ha avuto come tema "I nuovi strumenti e filosofie di marketing".**

di Nicolò Occhipinti

Nato da un'idea di un gruppo di rinomati professionisti nel settore del marketing, il MarketingCamp fa il suo ingresso sul web con un'edizione sperimentale che promette sviluppi molto interessanti. Si tratta di

una non-conferenza, che reinterpreta i recenti esperimenti di BarCamp in cui, emulando lo spirito degli incontri rinascimentali dei salotti veneziani, unito a influenze "rave", si genera una nuova modalità di condivisione del sapere. Il MarketingCamp si articola in un pomeriggio in cui i partecipanti non sono

passivi, al contrario degli eventi tradizionali, ma possono proporre un tema libero nell'ambito del frame predefinito ed esporlo agli altri partecipanti. La natura della selezione permette di garantire un'altissima

qualità degli interventi, concentrando le energie su questi, invece di disperderle nell'organizzazione logistica, che nel caso del MarketingCamp consiste solo negli spazi messi a disposizione da un'azienda.

La partecipazione alla prima edizione è stata ad inviti e ha visto interventi di nomi illustri, professionisti del settore: Franco Giacomazzi [AISM, Politecnico di Milano] Bellavista [ADV,

Metalinguistica], Prof. Camisani Calzolari [Speakage, Politecnico di Milano] Fabrizio Goetz [Virtual

Strategic Marketing, Università Bicocca] Sansone [Tribal DDB] Maurizio Quintarelli

Ungaro [Publicis] Calvi [Sipra] Pietro Viapiana [AISM, Università degli Studi del Piemonte

Orientale, DAP] Pieranna Musumeci [Comune di Milano, FidaInform] Stefano Marini [Lorenzo Marini

& Associati] Alessandro [Microsoft] Nello spirito di condivisione della conoscenza da cui nasce il

MarketingCamp ogni partecipante ha presentato una propria visione/idea/concept in un intervento che approssimativamente doveva durare circa 15 minuti. Tutti i filmati degli interventi sono disponibili al

seguente link:

<http://marketingcamp.camisani.com/>

19-1-2007

LINK ALLA NEWS:

[www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=75](http://www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=75)

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** ([www.eccellere.com/notelegali.htm](http://www.eccellere.com/notelegali.htm)).