

Presentazione del volume

Federico Capeci

Generazione 2.0.

Chi sono, cosa vogliono, come dialogare con loro

FrancoAngeli, Milano 2014(pagg.160)

Presentazione tratta da <http://www.francoangeli.it/>

Svegliati, incompetenti, senza valori, senza mordente: così vengono spesso descritti i nostri giovani. E poi c'è il web: che li distrae, li impigrisce, li allontana dalla vita reale e annichilisce le loro relazioni...

Questo libro la vede in modo diverso.

Partendo da una ricca mole di dati, frutto di più di 15.000 interviste, l'autore propone una lettura del binomio giovani-web che, oltrepassando gli stereotipi, interpreta e riconosce l'originalità, le capacità, i valori e l'entusiasmo di un'intera generazione. Una generazione che si è costruita la sua identità nel mondo digitale, anzi nel *partecipativo e collaborativo* web 2.0.

E allora, che cosa hanno portato nelle vite di questi ragazzi i social network, i blog e i forum? Come ne hanno influenzato i tratti, le relazioni e le abitudini? Come cambia la semantica del loro linguaggio? E come si può dialogare con loro?

Socialità, Trasparenza, Immediatezza, Libertà, Esperienza (in una parola: S.T.I.L.E.) sono gli elementi chiave che i genitori e le Istituzioni, il mondo della formazione e le imprese dovrebbero adottare per capirli e coinvolgerli.

È una generazione nata dalle ceneri delle certezze delle generazioni precedenti, in debito di fiducia e opportunità; eppure, a dispetto di tutto ciò - ci sfida l'autore - ha i talenti giusti per il tanto invocato cambio di rotta del nostro Paese.

Federico Capeci è Chief Digital Officer e CEO Italy di TNS, istituto di ricerche di mercato leader nel mondo, ed è tra i più noti e apprezzati ricercatori in Italia sulle tematiche digitali. Research manager in Coca-Cola Italia prima, poi AD di OTO Research (Gruppo Fullsix), ha fondato nel 2008 Duepuntozero Research (Gruppo DOXA) con risultati sempre in crescita e clienti di alto profilo. Frequent speaker in importanti convegni e ambiti accademici sui temi legati alla comunicazione nei social media, alla reputazione online, alla social media analysis e alla co-creation, insegna Digital Marketing alla Business School de Il Sole 24 Ore e Ricerche di mercato all'Università Cattolica di Milano.

L'**INDICE** è in apertura dell'anteprima allegata.