

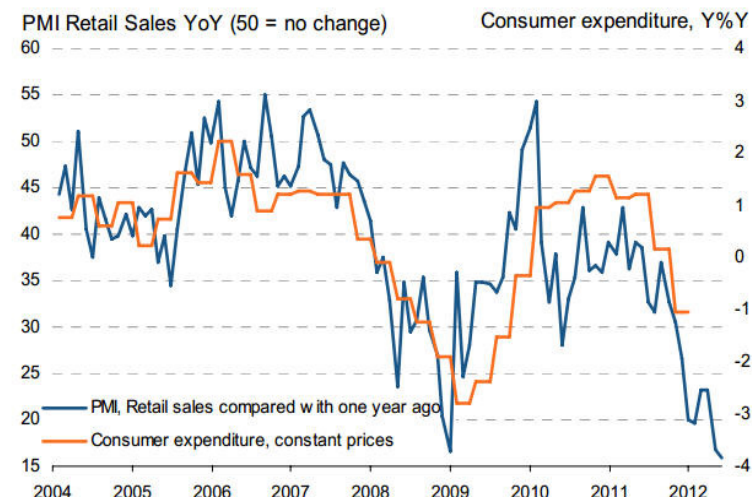
## EDITORIALE

### Innovare, per contrastare il declino economico italiano

di Francesco Chiappetta

La globalizzazione ha invaso i mercati occidentali di merci a basso costo prodotte nei paesi emergenti, sottraendo mercato alle imprese nazionali. La Germania ha mantenuto la sua stabilità grazie ad una politica industriale basata sull'innovazione tecnologica e gli investimenti, che ha consentito di incrementare la redditività aziendale e di agire su settori produttivi al riparo dalla concorrenza delle manifatture dell'estremo oriente.

In Italia, invece, la scelta politica per migliorare la competitività delle nostre aziende è stata di agire sul tasso di cambio e sulla riduzione del costo del lavoro, senza investire in infrastrutture tecnologiche, ricerca, innovazione. Una strategia miope, che ha consentito di dirottare su altre voci della spesa pubblica le risorse da destinare alla realizzazione di nuove linee ferroviarie, autostrade, reti telematiche e agli investimenti in innovazione (università, centri di ricerca). Le nostre aziende ora non possono



Sources: Markit, ISTAT.

più avere benefici da svalutazioni competitive (siamo nell'Euro), si confrontano con i costi del lavoro cinesi che sono un decimo dei costi italiani e utilizzano una delle peggiori reti infrastrutturali d'Europa. Nel contempo, si è sviluppata un'abnorme spesa pubblica clientelare ed improduttiva, che drena risorse da un sistema economico in crisi profonda da diversi anni.

Questo è lo scenario che deve analizzare chi, al Governo, vuole proporre "misure per la crescita": alleggerire la spesa pubblica, con conseguente riduzione delle imposte per chi investe e produce, destinando maggiori risorse all'Università e alla Ricerca.

## INDICE

### EVENTI

6-9 Giugno - Roma, La Pelanda:  
Rete dei Promotori dell'Innovazione

### EDITORIA

Libreria Gremese: happy hour  
per aspiranti scrittori

### E-COMMERCE

Chi cucina stasera? chiama DeliveRex

### E-COMMERCE

Giraffare: nasce il social shopping per le imprese

### E-COMMERCE

Netcomm E-commerce Forum 2012

**EVENTI****6-9 Giugno - Roma, La Pelanda:  
Rete dei Promotori dell'Innovazione****PROGRAMMA****Mercoledì 6 giugno****ore 14.30 -19.00****La rete dei promotori dell'innovazione incontra le istituzioni. Orientare le politiche, qualificare gli strumenti a supporto dell'innovazione** *(Sala Teatro Studio 2)***ore 17.00 - 19.00****Progetto Knowman. Tavola rotonda su "Policy recommendations"**Introduce e coordina il dibattito: F. Curcio - Roma Capitale. Partecipano: i componenti della Rete dei Promotori dell'Innovazione. *(Sala Foyer 1)***Giovedì 7 giugno***Workshop tematici sul contributo dell'innovazione tecnologica al miglioramento della vita nelle città e al rilancio dello sviluppo.**Risultati, progetti e iniziative promossi dal mondo della ricerca e delle imprese innovative.***ore 9.00 - 13.30**

- La qualità dell'abitare nello spazio urbano: buone pratiche e tecnologie per una città sostenibile *(Sala Teatro Studio 2)*
- ICT&ActiveAgeing: progetti e nuove tecnologie per il sostegno dell'invecchiamento attivo *(Sala Teatro Studio 1)*
- ICT per i beni culturali, per il turismo, per la PA *(Sala Foyer 2)*

**ore 9.00 – 17.30****Capitalisation Workshop-Peer Review on projects and policies for Sustainable urban models and climate change in Mediterranean Area.** *(Meeting Room)***ore 14.30 – 17.30**

- STRATEGIA EU 2020: Azioni per l'energia e lo sviluppo dagli innovatori locali *(Sala Teatro Studio 2)*
- Mobilità, logistica, servizi *(Sala Teatro Studio 1)*

**Venerdì 8 giugno****ore 9.30 - 12.30**Incentivi e opportunità per l'innovazione delle PMI *(Sala Foyer 2)***ore 10.00 - 13.00**Integrare Placement e Trasferimento Tecnologico: un'occasione per rafforzare le relazioni tra ricerca e mondo produttivo *(Sala Teatro Studio 2)***ore 10.00 - 13.00***.Dalla qualità "scientifica" di un prodotto alimentare al marketing sostenibile di un territorio* *(Sala Teatro Studio 1)***Tutti i giorni***Sala delle vasche* **EXHIBITION****Spin Off da ricerca e start up innovative.**

Area espositiva dedicata alla promozione delle tecnologie per il futuro della città e alla promozione di strumenti a supporto dell'innovazione: enti, spin-off da ricerca e start up presenteranno al pubblico progetti, demo e prototipi frutto della loro ricerca, esperienza e competenza.

## EDITORIA

## Libreria Gremese: happy hour per aspiranti scrittori

di Annalisa Mancini

Dal 2010, quando ha aperto la sua libreria in via Belsiana, vicino a Piazza di Spagna, l'editore Gianni Gremese ha voluto che il punto vendita diventasse una sorta di *"caffè letterario"*, un luogo dove, come in un salotto, gli appassionati potessero incontrarsi sui temi dell'arte, delle pubblicazioni di qualità, della cultura.

Definirlo *"negozio"* sarebbe improprio: è invece una *"libreria editoriale"*, dove trovare i volumi della Gremese, molti dei quali fuori catalogo, e le migliori pubblicazioni di altri editori dedicate alla fotografia, alla moda, all'antiquariato.

Un modello di *retail* ben diverso dai grandi megastore del libro e lontanissimo dalla concorrenza dei siti di e-commerce dedicati all'editoria, quali Amazon o Ibs. Ma che ad Internet si è ispirato nell'osservare il diffondersi del *self publishing*: operatori online che offrono di pubblicare e mettere in vendita un proprio libro via web.

La tecnologia della stampa digitale consente di produrre poche copie (anche una sola!) di un volume, impaginato e realizzato come se fosse stampato da un editore tradizionale: l'utente sceglie la copertina, il formato, il prezzo di vendita e diventa, così, *"editore di sé stesso"*.



# GREMESE

In Italia sono numerosi coloro che desiderano pubblicare un proprio scritto: un racconto, un romanzo, una raccolta di poesie. Finora trovavano spazio solo in improbabili *"concorsi letterari"* molto spesso fonte di delusione, poiché finalizzati solo a chiedere denaro agli autori dei testi da pubblicare. Per loro, Gianni Gremese ha ideato un evento speciale nella sua libreria: ha invitato gli aspiranti autori, per incontrarli e ricevere in visione i loro manoscritti. Senza obbligo di pubblicazione, ma con l'impegno di leggerli e di valutare l'eventualità di stamparli.

L'evento si è tenuto il 16 maggio scorso, organizzato come un *happy hour*: ***"Pitch & Drink - Porta con te il tuo romanzo e presentalo all'editore in persona. Incontra Gianni Gremese, consegnagli il tuo manoscritto e realizza il sogno di diventare uno scrittore"***

Ne è risultata una serata piacevole, con una buona partecipazione di pubblico, in cui ciascun autore ha letto un brano delle proprie opere, confrontandosi con i presenti.

Questo il commento di Gianni Gremese: *"È stato un evento molto simpatico, l'atmosfera era rilassata: c'erano sia il giovane alle prime armi che lo scrittore più consapevole, gente più consapevole, introdotta [ ...] dallo sceneggiatore cinematografico al ragazzo di belle speranze con il classico romanzo nel cassetto; il livello medio era discreto. Probabilmente il contatto diretto con l'editore ha operato una selezione rispetto a quello che arriva nella nostra posta elettronica, con tanti manoscritti pretenziosi oppure molto ingenui"*.

Un nuovo approccio alla cultura, in cui i ruoli di autori e lettori diventano intercambiabili.

## E-COMMERCE

## Chi cucina stasera? Chiama DeliveRex

di Anna Giannetti

Con il claim "Il gusto della tua città viene da te" debutta a Roma il portale **DeliveRex.it**, un nuovo servizio che recapita a casa una cena completa, in partnership con i migliori locali della città: ristoranti, pizzerie, enoteche, gelaterie, pasticcerie, laboratori artigianali e negozi di gastronomia.

**DeliveRex** nasce per rispondere all'esigenza di coloro che, quando tornano a casa la sera, non sanno come organizzarsi per la cena: non hanno avuto tempo per fare la spesa, oppure non hanno "fantasia" per cucinare; ma sono troppo stanchi per uscire al ristorante, né sono attirati dalla "solita" pizza a domicilio.

Sarebbe perfetto, in questi casi, ricevere a casa una cena cucinata in uno dei propri locali preferiti, o assaggiare nuove specialità. Ognuno ha i suoi indirizzi *gourmand*, ma sono lontani da casa, dovrebbe avventurarsi di nuovo nel traffico per raggiungerli: ma ora c'è qualcuno che lo fa per noi, raccogliendo le ordinazioni e provvedendo a recapitare al nostro indirizzo una cena calda, con le specialità da noi scelte nei locali selezionati.

**DeliveRex** si definisce "un filo diretto tra te e i tuoi locali preferiti", funziona 7 giorni su 7 e assicura qualità e affidabilità del servizio: il cliente può monitorare sul sito lo stato di avanzamento del suo ordine e lo riceve alla giusta temperatura, trasportato in contenitori termici riscaldati a 70 gradi, pro-

# DeliveRex.it

venienti direttamente dal locale che li ha preparati e pronti da mettere in tavola.

La procedura per ordinare una cena è semplicissima. Il cliente seleziona il Cap della zona di Roma in cui risiede e la categoria del fornitore (ristorante, pasticceria, ecc). Dall'elenco dei locali situati nella zona sceglie il preferito e consulta il loro menu, ordinando come se fosse seduto in sala. Poi si indicano il luogo di consegna, la modalità di pagamento e un numero di cellulare per eventuali problemi di consegna.

Ovviamente, avendo realizzato un servizio di consegna efficiente, esso viene utilizzato per diverse situazioni, non solo la cena a casa: **DeliveRex** può essere contattato anche per un pranzo speciale in ufficio con un cliente importante oppure per festeggiare il compleanno di un collega; oppure per avere un *room service* di qualità in albergo; o anche quale *catering* per una festa privata. Le tipologie di menu sono infinite, e variano dalle portate tradizionali al *finger food*, dalle pietanze etniche al classico buffet per gli aperitivi.

E non solo: la consegna a domicilio può includere anche sigarette, farmaci, riviste, cosmetici, tutti beni di facile reperibilità, ma che per qualche motivo ci si è dimenticati di acquistare durante la giornata di lavoro.

Un ottimo servizio globale per semplificare la vita a chi vive in una città bellissima ma caotica come Roma.

## E' ARRIVATO DELIVEREX!



NASCE A ROMA IL PRIMO SITO DI FOOD DELIVERY DALLE MIGLIORI CUCINE DELLA CITTÀ. SCOPRI I NOSTRI PARTNER E INIZIA A ORDINARE... È SEMPLICISSIMO!

## E-COMMERCE

## Giraffare: nasce il social shopping per le imprese

di Anna Giannetti

Due anni fa Groupon ha rivoluzionato l'e-commerce, presentando al consumatore l'alternativa dei gruppi di acquisto quale modalità di social shopping scontato. La possibilità di acquistare beni, ma soprattutto servizi (centri benessere, ristoranti, teatri, ecc) a prezzi scontati dal 50 al 90% ha attratto milioni di clienti, incoraggiando la nascita di altri competitor.

Queste piattaforme di acquisto presentano ogni giorno diverse offerte, che costituiscono un notevole risparmio per il cliente ed un efficace strumento di promozione per il venditore, che può farsi conoscere attivando a livello locale il prezioso meccanismo del passa parola, incrementando così la sua clientela. Il presupposto su cui si basa questo modello di business è la potenzialità di far provare a nuovi clienti la propria offerta ad un prezzo che non consente di realizzare un utile, ma che attira consumatori in misura maggiore rispetto alle tradizionali forme di pubblicità. Il successo dei gruppi di acquisto per i consumatori è un dato acquisito, amplificato dall'attuale fase di crisi economica.

La novità è oggi la nascita di **Giraffare.it**, il primo portale di **social shopping dedicato al mondo business**, ovvero su cui è possibile acquistare solo se in possesso di partita Iva. L'iniziativa è di UpCube srl, società di consulenza e vendita di servizi alle imprese che appartiene al Gruppo Class Editori. In esso imprese e liberi professionisti hanno a disposizione una piattaforma B2B (*business to business*) su cui offrire ed acquistare prodotti /servizi.



Una novità molto importante, poiché la fidelizzazione del cliente dopo il primo contatto, se questo è stato positivo, è molto più elevata nel B2B piuttosto che nel mercato consumer. Pertanto, risulta profittevole per le aziende proporre un'offerta, anche sottocosto, poiché la perdita in questa prima transazione potrà essere contabilizzata quale costo promozionale, e riassorbita con l'incremento di vendite che si verifica per l'acquisizione di nuovi clienti soddisfatti dall'offerta acquistata e per effetto della maggiore notorietà ottenuta presentando l'offerta stessa.

Il problema della promozione nell'ambito B2B è nella difficoltà di trovare canali adeguati: avviene quindi che molto spesso l'investimento pubblicitario sia diluito su un target che non corrisponde in pieno alle aspettative aziendali. Con i gruppi d'acquisto, invece, il costo dell'operazione sarà proporzionato al numero di nuovi clienti che saranno attratti dall'offerta.

Il modello di marketing proposto da **Giraffare.it** si caratterizza anche per l'attenzione che è stata dedicata alla scelta del nome e della mascotte. "giraffare" diventa quasi un nuovo verbo, la cui semantica richiama il "fare girare gli affari", mentre il simbolo della giraffa sottolinea, con il suo aspetto fisico, la maggiore visibilità che otterrà l'azienda che offre i propri prodotti / servizi, attirando nuovi clienti.



## E-COMMERCE

# Netcomm E-commerce Forum 2012

di Francesca Vespignani

Il mercato italiano del commercio elettronico sembra reggere alla crisi e alla sfiducia generalizzata, con potenzialità di trasformarsi in motore di rilancio per l'Italia. Gli utenti online sono cresciuti, da aprile 2011, dell'11%, arrivando a 10 milioni negli ultimi tre mesi di quest'anno (fonte Human Highway). Anche fatturato e export sono in crescita, con stime che parlano di un fatturato previsto per il 2012 di circa 9,5 miliardi di euro. Le imprese di casa nostra devono però oggi confrontarsi con il gap rispetto al resto d'Europa, per quanto concerne alfabetizzazione digitale, acquisti online, banda larga, vendite crossborder, per cercare di riprendere in mano le sorti dell'economia italiana.

Questo il messaggio proveniente dall'analisi dei dati presentati nel corso del Netcomm eCommerce Forum 2012, svoltosi lo scorso 16 maggio a Milano nella sua settima edizione, alla presenza di circa 4000 persone tra aziende, professionisti e giornalisti. Secondo Roberto Liscia, Presidente di Netcomm-Consortio del Commercio Elettronico Italiano "una partecipazione che dimostra il grande interesse per il canale in questo momento di grande incertezza economica". Alessandro Perego, Responsabile Scientifico Osservatorio B2C Netcomm -Politecnico di Milano ha dichiarato: "Secondo le stime, la crescita del commercio elettronico italiano per il 2012 si manterrà intorno al 18%, un valore poco distante da quello dello scorso anno, per un fatturato previsto di circa 9,5 miliardi di euro. L'export, composto per il 55% dal turismo e per il 33% dall'abbigliamento, cresce del 21% e raggiungerà a fine 2012 un valore totale di oltre 1,6 Miliardi di euro".

Tuttavia l'Italia importa ancora troppo, 2,8 miliardi di euro, e gli italiani usano ancora troppo poco internet rispetto agli altri europei: il nostro Paese



resta indietro sia per innovazione tecnologica e produttività, posizionandosi esattamente nel quadrante opposto rispetto agli USA, sia per quanto riguarda la competitività e la penetrazione della banda larga. Dati che fanno intendere che a poca innovazione tecnologica corrisponda bassa produttività. L'impegno di Netcomm si è dunque focalizzato quest'anno su temi quali trasparenza, codici di condotta e progetti di formazione, con il supporto alla nascita dell'Associazione Europea, al progetto "MyBank" e alla cabina dell'Agenda Digitale Italiana che ha fissato gli obiettivi per il 2015: acquisti online per il 50% della popolazione, media attuale europea 56% contro una media attuale italiana del 49%; acquisti online all'estero per il 20%; vendite/acquisti online per il 33% delle PMI, media attuale europea vendite 12% e acquisti 19% contro una media attuale italiana vendite 4% e acquisti 11%.

"La strategia di Netcomm si baserà quindi su 5 pilastri fondamentali - ha poi dichiarato Roberto Liscia - ovvero sviluppo dell'offerta, incentivi alla domanda e all'export, semplificazione delle regole, sviluppo di sistemi di pagamento-logistica, codicicondotta-certificazione. Tra le proposte per le imprese chiederemo la detassazione parziale dei ricavi delle PMI da eCommerce internazionale B2C e la concentrazione dei fondi europei su priorità coe-

*(Continua a pagina 7)*

## E-COMMERCE

## Netcomm E-commerce Forum 2012

(Continua da pagina 6)

renti con gli obiettivi dell'Agenda Digitale. Per le famiglie, IVA ridotta al 10% per eCommerce di prodotti B2C, sviluppo di sistemi di pagamento elettronici di home banking basati su SEPA come MyBank e certificazioni di qualità. Inoltre la creazione di distretti virtuali digitali e consorzi di imprese attraverso opportuni strumenti finanziari, sviluppo di piattaforme WIKI delle imprese del Made in Italy per consentire alle piccole aziende italiane di consorziarsi e la creazione di un Istituto per il Commercio Estero Digitale. Perché l'Europa e il mercato unico digitale, con 500 milioni di consumatori, è un'opportunità di rilancio del nostro Paese che non possiamo lasciarci sfuggire”.

Il Forum di quest'anno si è svolto all'insegna dell'apertura dei confini e della sfida che le aziende italiane devono cogliere per entrare nel mercato unico digitale, facendo fronte agli ambiziosi obiettivi fissati dall'Agenda Digitale. Per questo motivo Diennea-Magnews, azienda specializzata in digital direct marketing, ha voluto presentare in anteprima in questa occasione un esperimento di divulgazione basato sull'uso del linguaggio, con la convinzione che il modo in cui ci si esprime contribuisca a costruire la realtà che ci circonda e il modo in cui viene percepita: un progetto che comprende una serie di tre spot girati interamente a Faenza, sui temi più complessi del nuovo mondo digitale, con protagoniste le persone comuni del mercato e il loro dialetto romagnolo.

“In un momento di difficoltà economica come quello che sta attraversando il nostro paese è quanto mai utile e lungimirante che le nostre aziende investano nelle opportunità offerte dalle nuove tecnologie per non restare indietro in quel processo di innovazione che sta abbracciando tutti i settori produttivi in ogni parte del mondo – ha affermato

### Numero assoluto di acquirenti online attivi negli ultimi tre mesi



Numero degli acquirenti online attivi negli ultimi tre mesi (in milioni), da aprile 2011 a aprile 2012



Maurizio Fionda, CEO Diennea-MagNews - Ma il modo in cui comunicano ciò che fanno, che si tratti di prodotti fisici o immateriali, non può prescindere dagli utenti finali e dai codici linguistici in loro possesso. Per cui, per quanto risulti ovviamente più immediato rendere l'idea del "valore" di una scarpa in cuoio lavorata a mano che quello di un'attività di email marketing, ci si può impegnare affinché la comunicazione di chi realizza manufatti artigianali di alta qualità made in Italy come di chi lo supporta a titolo di marketing, e-commerce o engagement, risulti più chiara, semplice, diretta, aumentandone di conseguenza la conoscenza presso il vasto pubblico”.

Oltre che sulle modalità di comunicazione l'attenzione è stata puntata sulle modalità di pagamento, con focus particolare su MyBank: soluzione di pagamento elettronico che potrà rendere più facile e più sicuro vendere e acquistare beni e servizi su Internet a livello paneuropeo. Una soluzione che permetterà ai clienti di pagare i propri acquisti online tramite il loro online banking abituale o la loro applicazione per i pagamenti.

MyBank supporterà l'avvio dei bonifici SEPA e la creazione di mandati SEPA Direct Debit, ma potranno seguire pagamenti tramite altri dispositivi, quali smartphone e tablet, e operazioni in altre divise. Eba Clearing, fornitore di soluzioni di paga-

(Continua a pagina 8)

**E-COMMERCE**

## Netcomm E-commerce Forum 2012

*(Continua da pagina 7)*

mento pan-europeo di proprietà di 65 delle principali banche operanti in Europa, intanto ha convalidato in parallelo alla conferenza EBA day a Edimburgo ed al Netcomm e-Commerce Forum a Milano il forte sostegno che la soluzione di e-payment MyBank ha ottenuto tra i principali operatori del mercato in Italia: alcune delle principali banche italiane e dei merchant si preparano infatti a partecipare alla fase pilota, che inizierà il 4 giugno 2012, con la previsione di rendere disponibile successivamente la soluzione MyBank ai consumatori in tutta Europa dagli inizi del 2013.

"La comunità italiana di e-merchant è molto favorevole a questo metodo di pagamento elettronico semplice e sicuro, che ha il potenziale per essere utilizzato dai consumatori ovunque in Italia e in Europa" ha commentato Roberto Liscia "MyBank consentirà agli esercenti italiani di espandere più facilmente il proprio business e di raggiungere anche i clienti che non si sentono a proprio agio utilizzando uno degli attuali metodi di pagamento online".

MyBank punta anche a soddisfare le esigenze del programma di digitalizzazione del Governo italiano e gli obiettivi della Commissione europea come indicato nel Libro verde "Verso un

futuro integrato per i pagamenti con carte, internet e mobile".

Progetti che guardano oltreconfine e un premio per volare a Barcellona con candidatura all'European e-Commerce Award del 4-5 e 6 giugno. In occasione del Forum, infatti, è stato assegnato il Netcomm e-Commerce Award 2012, alla sua prima edizione. Il riconoscimento è andato a Saldi Privati, premiato come modello di business e per il successo ottenuto quale club italiano di vendite "solo su invito", con oltre un milione e mezzo di clienti.

"Con i suoi 4000 preaccreditati, il Netcomm eCommerce Forum ha dimostrato quest'anno che le opportunità offerte dalle nuove tecnologie digitali sono un tema urgente non solo per addetti ai lavori, ma anche per la comunità imprenditoriale che è pronta alla sfida dell'online - ha commentato in chiusura il Presidente di Netcomm- L'obiettivo è anche quello di creare spirito innovativo nei confronti di quelle imprese che non hanno ancora avuto il coraggio di intraprendere questa strada. Un percorso, quello dell'e-commerce, che noi consideriamo fondamentale per il miglioramento della competitività del nostro Paese. Infine, con questo premio ci allineiamo all'European e-commerce Award, al quale il vincitore italiano parteciperà a Barcellona i primi di giugno."

**SENTIERI DIGITALI**

Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 - Roma  
Tel. 06 5195 6778  
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma  
n. 538 del 4 dicembre 2007

**Direttore responsabile**

Francesco Chiappetta  
f.chiappetta@sentieridigitali.it

**Vice direttore esecutivo**

Marilena Giordano  
m.giordano@sentieridigitali.it

**Redazione**

Andrea Chiappetta  
a.chiappetta@sentieridigitali.it  
Anna Giannetti  
a.giannetti@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Annalisa Mancini  
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:  
promo@sentieridigitali.it

**Editore**

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl  
Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 Roma



Associato  
All'Unione Stampa Periodica Italiana  
(USPI)