

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

LE GIORNATE DELL'E-COMMERCE

Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

La quarta edizione delle giornate dell'ecommerce, dopo l'esperienza dei primi anni si pone l'obiettivo di profilare al meglio i contenuti con l'obbiettivo di creare un appuntamento utile sia a chi deve partire con un'esperienza di questo tipo, sia a chi si trova ad un livello più avanzato e ha bisogno di stare al passo con le ultime novità del settore. Lo scorso anno abbiamo trattato il mobile commerce, quest'anno sarà invece l'anno della Sharing Economy e come ricordato sarà l'anno di un ripasso delle basi dell'e-commerce.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

S.I.CO.T. Srl

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa - L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

Ravenna Novembre 2015

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

esplicitando in particolare:

4.1 Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa (locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)

L'evento si conferma di interesse interprovinciale, dimostrato di saper attrarre aziende ed imprenditori non solo della provincia di Ravenna ma anche operatori e professionisti di Forlì-Cesena e Rimini. Quest'anno vorremmo tentare una promozione oltre Regione.

Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

L'evento sarà suddiviso in 2 filoni principali: il primo dedicato a lezioni base ed introduzione ai principi dell'ecommerce, mobile commerce e social commerce, mentre il secondo con tre appuntamenti di approfondimento su tematiche inerenti, con particolare attenzione all'affermazione di servizi della cosiddetta sharing economy che in maniera concreta stanno cambiando gli stili di consumo delle persone.

4.2 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa

CAMERA DI COMMERCIO
CONFESERCENTI RAVENNA
COMUNE DI RAVENNA

4.3 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa

1 Tipografia
1 Agenzia di comunicazione
3/4 Aziende per la presentazione di casi studio
1/3 Azienda di sviluppo web
50/70 operatori di aziende del territorio interessate al tema
2/3 locali per eventi correlati

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

3/4 aziende per la promozione di prodotti innovativi utili

- 4.4 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei

Le giornate dell'e-commerce hanno confermato di essere una bussola e una fonte di stimolo per gli imprenditori che sentono parlare di e-commerce, senza avere però il tempo e le competenze sufficienti ad approcciare alle opportunità che questa nuova dimensione propone alle aziende anche di piccolissime dimensioni.

Opportunità che esistono, ma solo chi riuscirà a conciliare passione e conoscenza per il proprio settore con la curiosità e il giusto approccio alle tecnologie, eviterà insuccessi o delusioni che facilmente arrivano per chi naviga a vista nel mare magnum del web.

Per avere un giusto approccio all'e-commerce, dobbiamo prima di tutto far comprendere all'imprenditore, che tale attività richiederà una seria innovazione di processo all'interno della sua azienda e quindi la necessità di delineare un progetto consapevole di rinnovamento e innovazione.

Riuscendo a far passare questo semplice ma fondamentale concetto, potrebbero essere diverse le aziende che nel nostro territorio possano intraprendere questa strada, che porterà con ad una crescita sicura nel medio periodo.

- 4.5 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

L'ambizione è quella di far crescere la reputazione di quest'evento, continuando ad investire nella qualità dei relatori e degli interventi, proponendosi come un'iniziativa di interesse quantomeno regionale.

L'evento inoltre è utile a raccogliere materiale, idee e riflessioni che nel seguito dell'iniziativa mettiamo a disposizione di chiunque voglia prenderne visione sul sito lanciato un paio di anni fa impresaonline.ra.it

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

- 5.1 Progettazione e analisi del contesto

La crescita in questi anni della fetta di consumi portata a termine o anche solo avviata reperendo informazioni online è in costante crescita. In questa riorganizzazione dei consumi non mancano le sofferenze per le attività tradizionali di servizi e commercio. Quindi anche chi non ha minimamente intenzione di avviare la propria attività online, deve però rendersi conto che la sfida deve raccogliercela.

Le aziende pioniere si può dire siano state quelle ricettive, con la promocommercializzazione online delle loro camere tramite OLTA e comparatori (Expedia, Venere, Booking, TRIVAGO). Hanno seguito i settori della ristorazione con Tripadvisor, fino agli ultimi confronti ed in alcuni casi scontri tra Uber e Tassisti, Ricettivo ed Air B&B, ristorazione e Gnammo.it .

Non basta più quindi conoscere le potenzialità offerte dalla rete, ma occorre prendere consapevolezza di un cambio del paradigma dei consumi, quanto rapido ed impattante sarà non possiamo prevederlo, ma la "distruzione creativa" comincia a farsi sentire nel business definiamolo tradizionale, che per comodità fino ad ora aveva pensato di poter tracciare una linea di confine tra online e offline.

- 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

1° organizzazione del programma

2° individuazione di relatori accreditati e conosciuti sulla scena nazionale

3° individuazioni docenti per i corsi base

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

4° implementazione grafica e predisposizione della promozione dell'evento

5° predisposizione di reportage video dei vari appuntamenti

6° condivisione tramite piattaforme social e sito internet i contenuti esposti dai relatori e degli interventi anche del pubblico durante l'iniziativa. Questi ultimi raccolti tramite la piattaforma Twitter e selezionati per rilevanza dei contenuti.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)

Inviti, spazi sulla stampa locale, mailing list, social network, sito internet www.impresaonline.ra.it

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Aziende, free lance e studenti universitari iscritti ai seminari, contatti email raccolti e feed-back sui principali social Twitter in particolare, ma anche numero di visualizzazioni dei contenuti caricati online

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)

Ravenna, 27 febbraio 2015

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Roberto Lucchi