

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è necessario sviluppare, 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 terza edizione delle giornate dell'ecommerce si pone l'obiettivo di tenere il passo con l'evoluzione di questo settore che corre più che mai. Dopo il successo dei primi anni con i temi trattati nei settori turismo e commercio, più una parentesi dedicata all'E-Book e alle applicazioni mobile, anche il 2014 vedrà una serie di incontri e approfondimenti con un filo logico comune: il mobile commerce.

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Sicot 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)

Novembre 2014

Sale pubbliche nel Centro Storico di Ravenna

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

esplicitando in particolare:

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

Dopo la seconda edizione l'evento ha dimostrato di saper attrarre aziende ed imprenditori non solo della provincia di Ravenna ma anche operatori e professionisti di Forlì-Cesena e Rimini.

### 4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

L'evento sarà suddiviso in tre o quattro appuntamenti di approfondimento su tematiche dell'e-commerce, con particolare attenzione per lo sviluppo di servizi mobile e alle tecniche di marketing di prossimità.

Daremo precedenza al settore Commercio, visto più numerose sono le iniziative simili che questo tema offrono occasioni di confronto e formazione al settore Turismo.

Ogni appuntamento avrà una giornata dedicata, alla quale potranno essere collegati eventi collaterali anche a carattere ludico: lo scorso anno abbiamo affrontato momenti di approfondimento anche con un format meno istituzionale dell'appuntamento seminariale.

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

CAMERA DI COMMERCIO

CONFESERCENTI RAVENNA

COMUNE DI RAVENNA

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

1 Tipografia

1 Agenzia di comunicazione

## **ALLEGATO A/2014 RELAZIONE DESCRITTIVA**

3/4 Aziende per la presentazione di casi studio

1/3 Azienda di sviluppo web

50 operatori di aziende del territorio interessate al tema

2/3 locali del centro per eventi correlati

- 4.5** 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.

- 4.6** 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.

In conclusione dello scorso anno abbiamo avviato anche un servizio di prima consulenza dedicato, anche attraverso un sito web che stiamo continuamente sviluppando e che per l'evento sarà un utile punto di riferimento.

## **5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE**

- 5.4** Progettazione e analisi del contesto

Ai dati che affermano la continua crescita di fatturato per le imprese che sviupano correttamente un proprio mercato sul web e i dati aggregati che anch'essi vedono una crescita del fatturato dell'e-commerce, aggiungiamo l'escalation dell'utilizzo di smartphone e tablet per la consultazione e ricerca di informazioni.

Più lentamente, ma con un trend costante che preannuncia un fenomeno ancora da carpire e sviluppare al meglio, si registra la crescita di transazioni commerciali attraverso tali dispositivi. Inoltre aumenta significativamente il numero degli utenti che utilizzano servizi e applicazioni mobile destinati all'acquisto.

Per le aziende innovative che propongono tali servizi l'indicazione chiara arriva dall'investimento in servizi e tecnologie di geolocalizzazione.

- 5.5** Fasi della realizzazione del progetto

1° organizzazione del programma

2° individuazione di relatori accreditati e conosciuti sulla scena nazionale

3° ideazione eventuali eventi collaterali

## **ALLEGATO A/2014 RELAZIONE DESCRITTIVA**

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.

**5.6** 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](http://www.impresaonline.ra.it)

**5.7** 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

*Luogo e data* Ravenna 28 febbraio 2014

firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)

*Roberto Lucchi*