

Rassegna del 09/03/2016

NESSUNA SEZIONE

02/03/2016	Fedelta'	2	<u>"Appalti pubblici: vediamoci chiaro" convegno a Fossano sabato 12 marzo</u>	...	1
09/03/2016	Giornale Piemonte	9	<u>Pmi e artigiani ancora di fronte all'enigma del Web</u>	...	2
09/03/2016	Stampa Asti	48	<u>Fondazione Cassa di risparmio partita la corsa alle candidature ma le donne sono in minoranza</u>	Lavina Fulvio	4

1

“Appalti pubblici: vediamoci chiaro” convegno a Fossano sabato 12 marzo

■ **FOSSANO.** “Appalti pubblici: vediamoci chiaro”. È il titolo del convegno organizzato dall'Amministrazione comunale e da Confartigianato che si svolgerà **sabato 12 marzo** al Castello (a partire dalle 9,30) nell'ambito di una giornata dedicata agli artigiani. Duplice l'obiettivo dell'incontro: da un lato illustrare i principali aspetti legislativi e normativi sugli appalti pubblici che interessano le piccole e medie imprese; dall'altro presentare il tavolo di confronto permanente istituito fra Comune e Confartigianato Cuneo per analizzare in modo puntuale le esigenze e problematiche del tessuto imprenditoriale locale. Il convegno vedrà gli interventi del sindaco Davide Sordella, del presidente di Confartigianato Fossano Gianfranco Canavesio, di tecnici comunali dell'Ufficio opere pubbliche e di referenti di Confartigianato Cuneo, area edilizia. Chiuderà i lavori l'assessore alle Attività produttive Cristina Ballario. La giornata proseguirà con la consegna del premio alla memoria all'artigiano Giovanni Gerbaudo e con l'inaugurazione del monumento agli artigiani in viale Mellano.

CONFARTIGIANATO TORINO Strategie di ripresa

Pmi e artigiani ancora di fronte all'enigma del Web

Se il 98% ha un sito aziendale, solo un terzo lo aggiorna. Ancora meno chi fa e-commerce

■ La rivoluzione tecnologica? Non è roba da «piccoli». O meglio, non lo è ancora. Sen'è parlato (e se ne parla) tanto: nuove risorse digitali, potenzialità incommensurabili, ribaltele globali a distanza di un clic. Eppure. Eppure tutto questo entusiasmo teorico fatica a trasformarsi in realtà, specialmente quando in ballo ci sono aziende di piccole o piccolissime dimensioni. Scialuppe, insomma, che nella mareggiata della crisi hanno già faticato a tenere a bada le onde senza andare a fondo. Figurarsi se avevano anche il tempo, il modo e le risorse per pianificare un rinnovamento 2.0. E che di conseguenza rischiano di trovarsi di fronte alla più classica delle occasioni mancate.

A raccontare questa realtà - fatta di poche luci e ancora tante ombre - è l'elaborazione di alcuni dati fatta dall'ufficio studi di Confartigianato Torino, che ha voluto portare sotto i riflettori gli sforzi (e i risultati) fatti dalle pmi e dagli artigiani del capoluogo regionale e provincia negli ultimi anni in tema di web marketing. Ovvero la capacità di promuovere il proprio business attraverso la Rete.

E così, il primo dato che emerge potrebbe addirittura far pensare che la rivoluzione sia riuscita: addirittura il 98% delle imprese interpellate ha realizzato un sito Internet. Ma la piacevole sorpresa finisce qui. E le prime crepe cominciano a farsi vedere, in trasparenza. Se infatti è la stragrande maggioranza ad aver trovato un proprio posto nel www, soltanto un terzo, però, lo aggiorna regolarmente. Il

che vuol dire, di fatto, decretare la morte «digitale» di un qualunque sito. Una volta che un utente torna su un sito e lo trova nella stessa condizione del passaggio precedente, si può star sicuri che molto difficilmente ci tornerà.

E lo stesso discorso, o quasi, vale per il mondo dei social: anche se i due terzi delle aziende dispone di pagine ufficiali su network come Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram e YouTube per condividere notizie su prodotti, servizi ed eventi, il rischio-abbandono resta piuttosto evidente.

Ma quindi, esattamente, a che serve un sito web? Secondo le aziende - o meglio, per sei su dieci di loro - il proprio portale è uno strumento per entrare in contatto con i clienti, magari tramite blog o moduli di richiesta. Anche se, come detto, solo un terzo pubblica notizie aggiornate, offerte, prodotti, servizi, video o notizie.

«Sono crollati confini e barriere fisiche e ora devono crollare anche quelle psicologiche - afferma Dino De Santis, presidente di Confartigianato Torino -. Non ci sono più alibi: se sei bravo a realizzare un prodotto e ti proponi bene sul Web, ti affacci sul mercato mondiale. Bisogna impegnarsi affinché le imprese artigiane si affaccino sui mercati globali puntando su tutte quelle attività che si riferiscono alla manifattura e alle innovazioni digitali. Anche se per le piccole realtà risulta difficile competere con i big considerati gli investimenti necessari in marketing, lo sviluppo delle

piattaforme software e della logistica».

Ma le note si fanno ancora più dolenti se, al tirare delle somme, si considera in quanti utilizzano Internet come vero e proprio canale di business: in quanti, insomma, si affidano all'e-commerce. Ben tre quarti degli artigiani ammette di non aver mai venduto i propri prodotti online. E nessuno ha mai utilizzato una app (ovvero i software presenti sugli smartphone e sui tablet) per promuoversi o vendere tramite la Rete.

Proprio l'e-commerce si conferma dunque uno dei punti deboli dell'export delle Pmi: l'Italia è l'unico mercato in cui meno della metà delle Pmi dichiara di utilizzare canali di vendita online nell'attività di esportazione.

«Il progetto camerale di web marketing - continua De Santis - rappresenta un ulteriore impegno di Confartigianato per accompagnare gli imprenditori nel futuro digitale e per consentire loro di proporre nel mercato globale la qualità del made in Italy. È una sfida complessa, soprattutto per le aziende di piccole dimensioni, quelle per intenderci che hanno in media 2-3 dipendenti e che, spesso, non hanno una figura dedicata alla gestione del canale di promozione online. Sollecitiamo, dunque, gli enti preposti a prendere in considerazione forme di incentivazione alle imprese per servizi di marketing digitale al fine di offrire alternative ricche di tradizione e di territorio la possibilità di ampliare il loro mercato potenziale di clienti».



POCO SOCIAL

Una certa «pigrizia»
online si riscontra anche
con i grandi network

DE SANTIS

«Non ci sono alibi:
bisogna aiutare
di più le imprese»



PRESIDENTE Dino De Santis



MISTERO Troppo spesso le piccole imprese e quelle artigiane non sfruttano a dovere il Web

SI NOMINA IL CONSIGLIO DI INDIRIZZO

Fondazione Cassa di risparmio partita la corsa alle candidature ma le donne sono in minoranza

FULVIO LAVINA
ASTI

È partita la corsa al rinnovo del Consiglio di indirizzo della Fondazione Cassa di risparmio.

Cosa cambia

Due cose fundamentalmente: il numero dei consiglieri, che scende da 21 a 15, e il criterio di nomina. A Comune, Provincia e Camera di commercio si sono aggiunti anche associazioni di categoria, l'Ufficio territoriale scolastico (ex provveditorato) e la Consulta per l'Arte sacra. Ognuno di loro propone terne di candidati all'interno delle quali l'attuale Consiglio di indirizzo sceglie un nominativo.

Ma la novità più importante riguarderà la presidenza: Michele Maggiora, ai vertici da quasi venti anni (prima come vicepresidente e dal 2001 come presidente) non è più ricandidabile avendo esaurito i mandati a disposizione. Pretendenti ufficiali attualmente non ce ne sono: il nome ricorrente è quello di Mario Sacco, presidente di Confcooperative ed ex presidente della Camera di commercio.

Resta invece in carica ancora per un anno il Consiglio di amministrazione della Fondazione, istituzione che fino al 2015 ha distribuito sul territorio tra i 5 e i 6 milioni di euro in attività di sostegno soprattutto all'istruzione, sanità, cultura. Fondi che arrivano in grande parte dai dividendi della Cassa di risparmio di cui la Fondazione detiene circa il 39% delle azioni con le quali di fatto nomina il Consiglio di amministrazione della banca.

I nomi

Ecco quali sono i nomi proposti.

Comune di Asti (due terne): Giuseppe Cucciniello, Luca Gravina, Antonio Sardo Suteria; Andrea Cirio, Romando Dogliotti, Anna Gallo.

Provincia (due terne): Antonio Perna, Fabrizio Spagarino, Tonino Spedalieri; Polo Gambini Aubert, Massimo Boccia, Roberto Monticone.

Confartigianato: Roberto Dellavalle, Luca Fasano, Maurizio Saracco.

Camera di commercio: Mario Sacco, Gioachino Falcone, Gianni Bione.

Unione industriale: Mauro Arione, Fabio Rovasio, Mauro Salute.

Confcommercio: Giorgio Guasco, Giuseppe Bracciale, Roberto Rubba.

Coldiretti: Pierluigi Musso, Gianfranco Torelli, Franco Serra.

Consulta per l'arte sacra: Debora Ferro, Ivana Bologna (un terzo nome è da confermare).

Da questo elenco mancano le indicazioni del provveditorato agli studi e della Consulta dei professionisti.

Le reazioni

Dopo che ieri si sono conosciuti i nomi dei candidati, l'ex consigliere comunale Mariangela Cotto ha rimarcato: «Inutile farci gli auguri per l'8 marzo, se poi scorrendo l'elenco, la rappresentanza femminile è numericamente quasi inesistente. La politica deve fare una seria riflessione, così si va indietro non avanti».



La sede della Fondazione CrAsti in corso Alfieri

