

## Tavoli tematici

# Contributo

### 1. Dati proponente contributo

Nome	Giuseppe
Cognome	Vella
Telefono	3425092734
E_mail	<a href="mailto:giuseppe.vella@eng.it">giuseppe.vella@eng.it</a>
Nome	Angelo
Cognome	Marguglio
Telefono	3497601327
E_mail	<a href="mailto:angelo.marguglio@eng.it">angelo.marguglio@eng.it</a>
Sito	<a href="http://is3.eng.it">is3.eng.it</a> - <a href="http://www.eng.it">www.eng.it</a>
Ente/organizzazione di appartenenza	Engineering Ingegneria Informatica S.p.A.

### 2. Riferimento del contributo al tavolo tematico

Data	Tavolo tematico				Orario
	sala 1	Contributo*	sala 2	Contributo*	
8 maggio '14	Agroalimentare		Turismo, Cultura e Beni Culturali		9.30 – 13.30
	Energia		Economia del mare		15.30 – 19.30
9 maggio '14	Smart Cities&Communities	X	Scienze della Vita		9.30 – 13.30

\*Barrare con una X la colonna Contributo di riferimento

### 3. Sintesi del contributo – Enterprise Social Software a supporto del Social Business

#### I) CARATTERE STRATEGICO

Gartner a proposito del tema dice che entro il 2015 l'80% delle aziende che applicheranno i principi del Social Business non raggiungeranno i benefici sperati per via di leadership inadeguate o dell'eccessiva attenzione sulla tecnologia. Ciononostante Gartner fa anche due previsioni entro il 2017:

*"By 2016, 50 percent of large organizations will have internal Facebook-like social networks, and that 30 percent of these will be considered as essential as email and telephones are today. In 2017, the majority of all new user-facing applications will exhibit gamified-social-mobile fusion. "Users should include gamified-social-mobile fusion as a desired set of characteristics when evaluating new application investments," said Tom Austin, vice president and Gartner Fellow. "Applications and app-providers that fail to exploit the benefits of gamification-social-mobile fusion should expect underwhelming adoption, and therefore sales, of any user-facing products competing against alternatives that exploit the benefits of this fusion."*

#### II) BISOGNI E SFIDE SOCIALI

Le aziende tendono sempre di più ad integrare strumenti social per creare iniziative di business a valore aggiunto: il marketing, le vendite, l'innovazione di prodotti e la creazione di nuovi processi e servizi. I nuovi strumenti ICT a supporto di queste iniziative devono essere progettati per coinvolgere, sostenere o gestire una comunità di utenti e cittadini online, dove la comunità può identificare i problemi e suggerire o creare soluzioni. Creare un legame stretto tra i prodotti e i contenuti per un'azienda significa favorire una diffusione capillare del brand, significa aumentare il fattore partecipativo degli utenti/clienti e impiegati. Intensificare le interazioni e la partecipazione anche e soprattutto sotto forma di gioco, utilizzare strumenti social per garantire produttività e ottimizzare le politiche di lock-in verso il customer sono tutti obiettivi che la Regione deve porsi davanti ad un programma ricco di iniziative: in altre parole Employee Empowerment e Customer Engagement.

#### III) COMPETENZE/CONOSCENZE (TECNOLOGICHE, PRODUTTIVE, SOCIALI) INTERNE/ESTERNE ALLA REGIONE

Le competenze necessarie possono essere identificate tra la Regione Sicilia, la Regione Puglia e gli altri partner che stanno prendendo parte a progetti italiani ed Europei insieme ad Engineering. Alcuni di questi progetti sono: VINCENTE (PON - A Virtual collectiveIntelligenCeENvironment to develop sustainable Technology Entrepreneurship ecosystems) iSofas (Isotas – Internet-Based Solutions OF Augmented logisticS for home fashion system), Ba2Know (Business Analytics to KNOW).

#### IV) TECNOLOGIA/E ABILITANTE/I PREVALENTE/I

Enterprise Social Software, Social Media Marketing, Social Analytics, Big Data, Serious Games.

#### V) RETI DI COOPERAZIONE INTERREGIONALI E TRANSNAZIONALI

Progetti POR, PON, Progetti Europei (FP7, CIP, H2020), Laboratorio Pubblico Privato (es. SiLAB ), associazioni ed enti nazionali ed internazionali (es. European Network of Living Labs, The Major Cities of Europe Group).

#### VI) RICADUTE E IMPATTI ANCHE I TERMINI DI INNOVAZIONE SOCIALE



Le ricadute si possono determinare in termini aumento del numero dei customer delle piccole e medie imprese locali, aumento della produttività degli impiegati delle aziende e di un conseguente aumento delle vendite per le aziende che adottano tale paradigma.

