www.outdoormag.it



27 Dec 2016

Assosport istituisce un osservatorio sul digitale nello sport

Da quando c'è internet, è cambiato il modo di fare business, questo è appurato. Ma come destreggiarsi nei mercati internazionali? Quali sono le normative in atto, quali le conseguenze positive e quali negative per le imprese dello Sportsystem? Dalla necessità di fare chiarezza in uno scenario complesso e spesso nebuloso, nasce, per iniziativa di **Assosport** in collaborazione con l'università Cà Foscari l'osservatorio **DIGITALE E SPORT**, volto a sviluppare una comprensione critica di come le tecnologie digitali stiano influenzando i modelli di business, le relazioni con i clienti (nazionali e internazionali), la supply chain, e i modelli organizzativi interni.

Le parole del presidente
"Questo progetto – commenta il presidente di Assosport Luca Businaro – è di fondamentale importanza per aiutare le aziende a programmare una strategia di medio-lungo termine nei mercati internazionali. Inoltre come associazione confindustriale è nostro compito tutelare le imprese facendoci portavoce delle esigenze del mondo imprenditoriale italiano nei confronti delle istituzioni nazionali ed europee; ma per fare questo dobbiamo prima di tutto sapere di cosa stiamo parlando, e il mondo digitale è ancora un labirinto. Questi i motivi per cui abbiamo voluto avviare questo osservatorio".

Le attività
La ricerca 2017, che verrà condotta grazie al supporto del Digital Enterprise Lab, il laboratorio di sperimentazione, ricerca e formazione sul digitale di Cà Foscari, si articola in varie aree, dall'analisi del livello di trasformazione digitale nelle aziende italiane allo studio dei modelli di vendita integrati di canali fisico, online e mobile; dalla stima dell' investimento attuale e previsto allo studio delle traiettorie di trasformazione digitale e molte altre, tra cui l'analisi di case history da utilizzare come framework di riflessione. Le attività previste saranno di ricerca attraverso survey che coinvolgerà i principali produttori e attori della filiera del mercato italiano, workshop con key opinion leader, partner e sponsor per poi arrivare a un convegno pubblico di presentazione dei risultati ed una pubblicazione oltre all'assegnazione di premi per i casi significativi realizzati.

#PARTNERSHIPS #COMUNICATI #INIZIATIVE #MARKET #WEB #ASSOCIAZIONI #TECNOLOGIE

Tweet Mi piace 0