

---

Osservatorio Web Marketing

# Stato e tendenze del web marketing in Italia

Florio Panaiotti

Settembre 2011

---

---

## Presentazione

Qual è lo stato di salute del web marketing italiano? E come si sta evolvendo? Queste sono le domande alle quali questo lavoro ha cercato di rispondere. Per farlo, però, mi sono dovuto dapprima domandare come se la sta passando internet in Italia, così da avere un'idea di quale sia il terreno su cui il web marketing si sta attualmente muovendo. Per ottenere le risposte che cercavo, ho interpellato tutte le fonti di comunicazione raggiungibili via internet, ovvero gli archivi digitali di quotidiani e periodici cartacei, le testate online nonché i più visitati e/o autorevoli blog in materia di nuove tecnologie.

Il lavoro evidenzia un quadro del web marketing italiano certamente positivo dal punto di vista economico. L'espansione di internet in Italia è in costante crescita, e l'intero settore del web marketing è segnalato in forte espansione. Non è però tutto rose e fiori. Permangono ancora degli aspetti critici, legati principalmente all'uso "improprio" di alcuni strumenti classici del web marketing, primo fra tutti l'e-mail marketing.

La rassegna approfondisce anche le principali tendenze del web marketing: i social network e gli e-book. Questi ultimi, a dire il vero, rimangono più una prospettiva futura che una realtà economica, soprattutto se facciamo riferimento ai numeri di mercato, e tuttavia di e-book si parla ancora molto ed è ancora diffusa l'opinione che, come in altri paesi, anche in Italia il loro utilizzo potrà aumentare in un futuro non troppo lontano. I social network, invece, rimangono la principale realtà del web marketing, una realtà di portata tale da farli diventare campo di battaglia ideale per gli scontri fra i colossi mondiali di internet.

---

## Sommario

### Prima Parte: Internet in Italia

Valore del web in Italia: Censis, un italiano su due è su internet <b>PMIservizi.it</b> 15 luglio 2011	pag. 5
Ecco il pensiero degli italiani sull'Email marketing <b>MondoSEO.com</b> 19 luglio 2011	pag. 7
26 mln italiani su internet, trainano i viaggi <b>Ansa.it</b> 11 luglio 2011	pag. 8

### Seconda Parte: il web marketing italiano

Approfondimento semestrale sull'advertising e sul mondo dei media a cura di Nielsen Economic and Media Outlook <b>MondoSEO.com</b> 15 giugno 2011	pag. 10
Web, crescita del 40% <b>Affaritaliani.it</b> 10 agosto 2011	pag. 12
Contribuenti.it: Class action contro il marketing selvaggio <b>Diario del web</b> 6 agosto 2011	pag. 13

### Terza Parte: le tendenze – i Social Network

Calano gli investimenti in SEO e crescono quelli sui Social Media <b>TagliaBlog</b> 18 maggio 2011	pag. 15
Linkedin, sprint dei profitti. Utenti oltre i 100 milioni <b>IlGiornale.it</b> 8 agosto 2011	pag. 17
Ora Twitter vale 8 miliardi <b>La Stampa.it</b> 3 agosto 2011	pag. 18

---

Google Plus: 25 milioni di utenti, ma non attacca...

**PMI.it** 4 agosto 2011 pag. 20

Quanti social network siamo capaci di gestire?

**Mauro Lupi's blog** 30 giugno 2011 pag. 22

È in arrivo la Bolla Social?

**PuntoBlog.it** 1 giugno 2011 pag. 24

#### Quarta parte: le tendenze – gli e-book

Amazon-Mondadori: accordo fatto per Kindle

**Il Sole24Ore.com** 27 luglio 2011 pag. 26

eBooks: RCS Libri e Google sfidano Mondadori e Amazon

**Techpoint.it** 5 agosto 2011 pag.27

Il mercato e book in Italia

**ITespresso.it** 9 giugno 2011 pag.29

Il mercato degli ebook in Italia

**PuntoBlog.it** 21 giugno 2011 pag. 31

e-Book: buone le vendite in Italia

**PMI.it** 4 agosto 2011 pag. 33

PMIservizi.it – 15/07/2011

## Valore del web in Italia: Censis, un italiano su due è su internet

Un italiano su due è online ed utilizza internet costantemente

Sempre più italiani online, e l'andamento delle statistiche fa presupporre ad una crescita costante nel futuro prossimo del **valore del Web in Italia**. A rivelarlo è il rapporto sulla comunicazione e l'evoluzione dei consumi mediatici realizzato dal **Censis** che, attesta al **53,1% l'utenza italiana di internet**. Questi indicatori, restituiscono una situazione nazionale molto positiva e soprattutto il valore che attesta l'incremento dal 2009 a oggi, 6,1% ci fa capire 2 cose interessanti:

- Gli internauti aumentano **con l'abbassarsi dell'età media** della popolazione
- L'evoluzione del mercato mobile, dagli smartphone ai pc, influisce sul **livello di informazione media**.

La concorrenza e la crescita delle nuove tecnologie, palmari, tablet, pc, stimolano gli utenti alla **navigazione in mobilità**, alla ricerca di informazioni e soprattutto alla condivisione sociale. Il nostro blog, ogni giorno mette in risalto applicazioni per mobile, studi e statistiche sui social network e internet news che mettono in chiara visione **uno scenario evolutivo che corre**, dando per scontato che sono finiti i tempi in cui il Web era un perfetto sconosciuto.

Il risultato è che **un italiano su due oggi è connesso** e quello che è interessante è rappresentato dal fatto che i giovani italiani tra i 14 e i 29 anni sono **l'87,4% del totale**. Contrariamente a quello che si pensa, risulta dalla ricerca che in questa fascia d'età, il Web, viene utilizzato **principalmente per reperire informazioni**, notizie, e aggiornamenti su prodotti in commercio e cronaca; i **social network** come Facebook e Twitter sono al primo posto tra le piattaforme utilizzate per reperire queste informazioni.

Ma non è tutto; l'indagine ha rilevato un dato molto interessante che attesta gli internauti tra i 65 e gli 80 anni d'età al 15,1%. Il divario tra giovani ed anziani su internet si sta restringendo sempre di più, sintomo del fatto che internet, non solo piace a tutti ma soprattutto è **utile e apporta un reale vantaggio alla vita di tutti i giorni**. Sempre più anziani frequentano il Web e molti "nonni" hanno imparato a muoversi tra la fitta **rete di acquisti online**, quotidiani, portali di informazione e servizi d'utilità.

Questa situazione, dà tutta l'impressione di far sperare nettamente al meglio per gli specialisti della comunicazione online, del Web Marketing e per le **imprese che decidono di investire sul Web**; tuttavia, ad una crescita così esponenziale di internet purtroppo si accosta anche il drammatico calo del mercato della carta stampata; internet sembra stia accompagnando verso un netto calo di lettori la maggior parte di quotidiani e riviste.

<http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/valore-del-web-in-italia-indagine-censis.html>





Home
News
Approfondimenti
Eventi
Download
Recensioni
Parla l'Azienda

## Valore del web in Italia: Censis, un italiano su due è su internet

venerdì, 15 luglio, 2011



Sempre più italiani online, e l'andamento delle statistiche fa presupporre ad una crescita costante nel futuro prossimo del **valore del Web in Italia**. A rivelarlo è il rapporto sulla comunicazione e l'evoluzione dei consumi mediatici realizzato dal **Censis** che, attesta al **53,1% l'utenza italiana di internet**. Questi indicatori, restituiscono una situazione nazionale molto positiva e soprattutto il valore che attesta l'incremento dal 2009 a oggi, 6,1% ci fa capire 2 cose interessanti:

- Gli internauti aumentano con l'**abbassarsi dell'età media** della popolazione
- L'evoluzione del mercato mobile, dagli smartphone ai pc, influisce sul **livello di informazione media**.

La concorrenza e la crescita delle nuove tecnologie, palmari, tablet, pc, stimolano gli utenti alla **navigazione in mobilità**, alla ricerca di informazioni e soprattutto alla condivisione sociale. Il nostro blog, ogni giorno mette in risalto applicazioni per mobile, studi e statistiche sui social network e internet news che mettono in chiara visione **uno scenario evolutivo che corre**, dando per scontato che sono finiti i tempi in cui il Web era un perfetto sconosciuto.

0

+1

Un italiano su due è online ed utilizza internet costantemente

Un'indagine del Censis attesta oltre il 50% il numero degli internauti italiani che ogni giorno scelgono il web per reperire informazioni.

MondoSEO.com – 19/07/2011

## Ecco il pensiero degli italiani sull'Email marketing

Per scoprirlo basta leggere ***Email Marketing Trends 2011. The User Experience Report***, la ricerca che abbiamo realizzato per conto di **MagNews**, uno dei maggiori player dell'email marketing in Italia. Ne esce un risultato assolutamente stimolante per tutto il comparto del digital direct marketing: **gli Italiani leggono molto la posta elettronica**, con una media di **2,6 caselle di posta per utente che vengono controllate costantemente a tutte le ore**. **Il 74% degli intervistati pensa che oggi l'email sia uno strumento indispensabile per la vita quotidiana** considerandola un mezzo sicuro. Non solo.

**Il 52% degli utenti** intervistati afferma che è disponibile a **comunicare in rete i propri dati, a fronte di email più vicine ai propri interessi**.

Secondo la ricerca, scaricabile dal sito [www.magnews.it](http://www.magnews.it), la profilazione non sarebbe dunque un problema, nonostante gli allarmismi degli ultimi tempi. A fronte di quanto emerso, quello che veramente chiedono le persone è **maggior attenzione e rispetto**, essendo sensibili soprattutto all'eccessiva frequenza. **Il mittente rappresenta il motivo centrale** per cui si sceglie di aprire o non aprire un'email (61% dei rispondenti) e questo indica ancora una volta l'importanza della reputazione e della pertinenza. **Gli Italiani sembrano dire alle Aziende: mandatemi pure delle email, purché siano interessanti**. Un atteggiamento chiaro che denota massima serenità e familiarità con il canale, ma che indica una strada decisiva, l'email marketing può diventare un asset strategico solo se gestito in modo professionale.

<http://www.mondo-seo.com/blog-seo/2011/07/19/ecco-il-pensiero-degli-italiani-sullemail-marketing/>

The screenshot shows a blog post on the website Mondo-SEO.com. The page title is "Ecco il pensiero degli italiani sull'Email marketing". Below the title, there is a navigation bar with links for Home, Analisi SEO, Chi è ADS NETWORK?, Collabora, L'autore, and Posizionamento. A search box is located in the top right corner. The main content area features a featured image for "Email Marketing Trends 2011: The User Experience Report" by MagNews. The image includes statistics: "2,6 CASELLE DI POSTA PER UTENTE", "37% MAGGIOR ATTEZIONE E RISPETTO", "1 ORE AL GIORNO", and "73% DEGLI UTENTI". Below the image, there is a paragraph of text. To the right of the main content, there is a sidebar advertisement for "Consulenza SEO!" by ADS NETWORK, featuring a woman's image and the text "Richiedi ora una consulenza SEO GRATUITA!".

---

Ansa.it – 11 luglio 2011

## 26 milioni italiani su Internet, trainano i viaggi

**Milanesi, romani e napoletani i maggiori acquirenti di pacchetti vacanze via web**  
*italiani su internet in cerca di pacchetti vacanze*

Navigare **sul web in cerca di offerte per voli e pacchetti vacanze**. È questa una tendenza sempre più diffusa in Italia, soprattutto nelle grandi città, e che contribuisce a far crescere il numero di internauti nel Belpaese.

Stando a uno studio del portale specializzato in viaggi **SpeedVacanze** e dalla società di web marketing **Best Network**, **gli italiani online hanno raggiunto a giugno i 26,3 milioni** e, di questi la metà si collega a internet tutti i giorni. A trainare la crescita sono soprattutto il comparto dei viaggi (32%), dei servizi finanziari (27%) e dell'abbigliamento e articoli sportivi (23%), che sono i settori privilegiati dello shopping virtuale.

A preferire la rete per l'acquisto dei viaggi sono soprattutto i **milanesi** (42%), i **romani** (39%) e i **napoletani** (32%), ma con una netta differenza nel tipo di vacanza scelta. Se a Roma e Napoli la maggior parte degli utenti opta per pacchetti viaggio low-cost, infatti, a Milano prevale invece la scelta di vacanze esclusive all'insegna del comfort.

L'impatto dello shopping online sull'economia nostrana è notevole. "**La internet economy italiana vale oltre 32 miliardi di euro**, l'equivalente del 2% del PIL italiano", spiega il fondatore di Speedvacanze Giuseppe Gambardella. "Ma se oltre all'impatto diretto di internet sull'economia si considerano anche gli impatti indiretti, come ad esempio il valore dei beni e servizi trovati online e successivamente acquistati offline, il totale dell'impatto diretto e indiretto di internet sull'economia italiana è di quasi 60 miliardi di euro".

Per questo, prosegue Gambardella, "**internet è uno strumento indispensabile per l'industria turistica**, che attraverso il web riesce a vendere i propri servizi a prezzi sempre più competitivi e a proporre un ventaglio di offerte sempre più diversificate, ad hoc per ogni tipologia di viaggiatore".

[http://www.ansa.it/web/notizie/canali/inviaggio/news/2011/07/11/visualizza\\_new.html\\_787052772.html](http://www.ansa.it/web/notizie/canali/inviaggio/news/2011/07/11/visualizza_new.html_787052772.html)

**ANSA.IT**

# InViaggio

HOME NEWSMAP TURISMO FOTO FOTO RACCONTI VIDEO

News Idee Itinerari Sapori Cultura Benessere Nelle Regioni In Europa Nel Mondo

ANSA > In Viaggio > News > 26 mln italiani su Internet, trainano i viaggi

## 26 mln italiani su Internet, trainano i viaggi

### Milanesi, romani e napoletani i maggiori acquirenti di pacchetti vacanze via web

11 luglio, 16:49

Indietro Stampa Invia Scrivi alla redazione Suggestisci ()

1 di 1



---

MondoSEO.com - 15/06/2011

## Approfondimento semestrale sull'advertising e sul mondo dei media a cura di Nielsen Economic and Media Outlook

Il **Nielsen Economic and Media Outlook** è il report semestrale nel quale **Nielsen presenta le previsioni sul mercato pubblicitario** per mezzo e per settore. Oltre al mercato dell'advertising sono presentati dati, insights e approfondimenti sull'andamento dell'economia in Italia e nei principali paesi del mondo, e sulle principali tendenze nei media in termini di diffusione e modalità di utilizzo da parte dei consumatori.

Riportiamo di seguito l'introduzione del rapporto che sarà in vendita dalla seconda settimana di Giugno.

Il 2010 doveva essere l'anno della definitiva uscita dalla crisi economica, e i primi mesi avevano indotto ad un cauto entusiasmo. Tra la seconda parte del 2010 e il primo trimestre del 2011 molti fattori hanno determinato un peggioramento della situazione.

Si è partiti con la crisi del debito in Grecia e i timori per Portogallo, Spagna e Irlanda. Quindi è esploso il problema dell'inflazione, in particolare dei prodotti alimentari. Infine l'inizio del 2011 è stato segnato dai disordini in molti paesi del Nord Africa e dal terremoto in Giappone.

Alcuni di questi temi emergono dall'indagine Nielsen sull'indice di fiducia nel mondo, ed infatti le prime tre preoccupazioni per i cittadini alla fine del 2010 risultavano essere: economia, aumento del prezzo del cibo e lavoro. Nonostante queste premesse, in molti Paesi l'economia va meglio.

Germania e Uk in Europa stanno ripartendo, sfruttando anche la forte crescita dei paesi emergenti. In questo contesto l'Italia arranca e spera di agganciare la ripresa puntando, come sempre, sull'export.

In contrapposizione a questo scenario economico incerto, il mondo dei media si conferma in grande evoluzione. Il 2011 sarà per l'Italia il primo anno con il digitale terrestre a regime nelle due regioni più ricche e popolate (Lombardia e Lazio), mentre internet, nonostante i ritardi in termini di penetrazione del web, continua a crescere a due cifre, con fenomeni come quello dei gruppi d'acquisto che nascono e si sviluppano con una velocità incredibile.

Sul fronte dell'advertising il primo trimestre è stato decisamente negativo (-3,3% nella sola tipologia commerciale nazionale). Nel corso dell'anno, il mercato pubblicitario dovrebbe riuscire a risollevarsi, ma la chiusura sarà ben lontana dal +4,5% del 2010 ma comunque negativa. Per il 2012 invece, se la Germania manterrà gli attuali tassi di crescita è realistico pensare ad un rilancio della nostra economia e con essa ad una ripresa più solida del mercato pubblicitario.

Struttura e contenuti del Nielsen Economic and Media Outlook – Giugno 2011:

---

- Nel primo capitolo si descrive la situazione economica attuale e le previsioni per il prossimo anno dei paesi più importanti (Usa, Area Euro e i BRIC's), per poi concentrarsi sull'Italia.
- Il secondo capitolo verte sulle principali tendenze di tv e internet con dati su utilizzo, penetrazione degli ascolti e un approfondimento sui gruppi d'acquisto.
- Nel terzo capitolo viene ripercorso l'andamento dell'advertising in Italia e nel mondo nei mesi già trascorsi del 2011 e saranno presentate le previsioni sull'advertising nel nostro paese, con dettaglio per mezzo e per settore, per il 2011 e il 2012.

<http://www.mondo-seo.com/blog-seo/2011/06/15/approfondimento-semestrale-sulladvertising-e-sul-mondo-dei-media-a-cura-di-nielsen-economic-and-media-outlook/>

 Mondo-SEO.com
Home   Analisi SEO   Chi è ADS NETWORK?   Collabora   L'autore   Posizionamento
Cerca

## Approfondimento semestrale sull'advertising e sul mondo dei media a cura di Nielsen Economic and Media Outlook

**POSTATO DA ADMIN IL GIU 15, 2011 IN ADVERTISING ONLINE |**  
*Blog seo > Advertising online > Approfondimento semestrale sull'advertising e sul mondo dei media a cura di Nielsen Economic and Media Outlook*

**Video corso MADRI posizionamento su GOOGLE MAPS... IN OFFERTA**

 Share
 Tweet
 share
 share
 Mi pia
 +1

**Il Nielsen Economic and Media Outlook** è il report semestrale nel quale **Nielsen presenta le previsioni sul mercato pubblicitario** per mezzo e per settore. Oltre al mercato dell'advertising sono presentati dati, insights e approfondimenti sull'andamento dell'economia in Italia e nei principali paesi del mondo, e sulle principali tendenze nei media in termini di diffusione e modalità di utilizzo da parte dei consumatori.

Riportiamo di seguito l'introduzione del rapporto che sarà in vendita dalla seconda settimana di Giugno.

Il 2010 doveva essere l'anno della definitiva uscita dalla crisi economica, e i primi mesi avevano indotto ad un cauto entusiasmo. Tra la seconda parte del 2010 e il primo trimestre del 2011 molti fattori hanno determinato un peggioramento della situazione.

Si è partiti con la crisi del debito in Grecia e i timori per Portogallo, Spagna e Irlanda. Quindi è

esoloso il problema dell'inflazione, in particolare dei prodotti alimentari. Infine l'inizio del 2011 è

Consulenza SEO!




Richiedi ora  
una consulenza SEO  
**GRATUITA!**

Affaritaliani.it – 10/08/2011

## Web, crescita del 40%

Nell'ultimo anno il fatturato delle agenzie italiane di web marketing e concessionarie pubblicitarie web è aumentato in media del 40%, con picchi del 70%. Questo è quanto emerso da un sondaggio effettuato tramite mail e controllo dati dall'Osservatorio Giornalistico Mediawatch su un campione di 510 agenzie italiane di "net economy" alle quali è stato chiesto se e di quanto il loro fatturato fosse salito.

"Sempre più aziende italiane si sono rese conto dell'importanza del web, divenuto primo biglietto da visita. – spiega Giuliano De Danieli, uno dei fondatori di Prima Posizione, agenzia padovana di web marketing - i nostri dati ci confermano una salita del 70% del fatturato e un continuo aumento dei clienti, sia pmi che grandi multinazionali. Il web è la vetrina principale per ogni tipo di attività, avere una buona posizione sui motori di ricerca è fondamentale per non essere fagocitati dalla concorrenza."

[http://affaritaliani.libero.it/mediatech/web\\_affari\\_in\\_crescita\\_40100811.html?refresh\\_ce](http://affaritaliani.libero.it/mediatech/web_affari_in_crescita_40100811.html?refresh_ce)

affaritaliani.it

IL PRIMO QUOTIDIANO ON-LINE  
 fondatore e direttore [Angelo Maria Perrino](#)

contatti login newsletter

home
politica
cronache
economia
il sociale
green
romaItalia
milanoItalia
sport
mediatech
cool-tura
coffee break

ENERGIA
METEO
OROSCOPO
GIOCHI
SCOMMESSE
RUBRICHE
FORUM
FOTO-VIDEO
MOBILE
SHOPPING
CASA
VIAGGI
SPETTACOLI

oltre **70.000€** di VINCITE OGNI MESE!
GIOCA ORA!

Mi piace
condividi su

### MEDIATECH

## Web, crescita del 40%

Mercoledì, 10 agosto 2011 - 13:22:00

Nell'ultimo anno il fatturato delle agenzie italiane di web marketing e concessionarie pubblicitarie web è aumentato in **media del 40%**, con **picchi del 70%**. Questo è quanto emerso da un sondaggio effettuato tramite mail e controllo dati dall'Osservatorio Giornalistico Mediawatch su un campione di 510 agenzie italiane di "net economy" alle quali è stato chiesto se e di quanto il loro fatturato fosse salito.

"Sempre più aziende italiane si sono rese conto dell'importanza del web, divenuto primo biglietto da visita. – spiega Giuliano De Danieli, uno dei fondatori di Prima Posizione, agenzia padovana di web marketing - i nostri dati ci confermano una salita del 70% del fatturato e un continuo aumento dei clienti, sia pmi che grandi multinazionali. Il web è la vetrina principale per ogni tipo di attività, avere una buona posizione sui motori di ricerca è fondamentale per non essere fagocitati dalla concorrenza."

ULTIMISSIME
PIÙ VOTATI
PIÙ COMMENTATI

Crisi/ Draghi: "I governi devono fare la loro"

---

Diario del web – 06/08/2011

## Contribuenti.it: Class action contro il marketing selvaggio

*«Migliaia di cittadini e di aziende, sono impossibilitati a leggere ed utilizzare la posta elettronica a causa di spam e numerosi sono i cittadini che si sono rivolti a Contribuenti.it per essere tutelati»*

**ROMA** - Dopo il varo del piano ispettivo del Garante della privacy contro il Marketing selvaggio, Contribuenti.it - Associazione Contribuenti Italiani informa che sta studiando la possibilità di intentare una class action in favore degli utenti della posta elettronica che in questi anni stanno subendo enormi disagi dall'inoltro di email indesiderate da parte di spregiudicate Agenzia di Web Marketing-Mark Agency, che oltre ad evadere il fisco, ostacolano il lavoro.

Migliaia di cittadini e di aziende, sono impossibilitati a leggere ed utilizzare la posta elettronica a causa di spam e numerosi sono i cittadini che si sono rivolti a Contribuenti.it per essere tutelati.

Il fenomeno dello spam o posta indesiderata, nel 2011, ha avuto una crescita del 11,7% passando da 14,4% al 26,1% di spam, senza aver mai prestato consenso.

«Si tratta - spiega Vittorio Carlomagno, presidente di Contribuenti.it Associazione Contribuenti Italiani - di un danno economico enorme, soprattutto per chi lavora con la posta elettronica e per chi gestisce la propria attività attraverso il web. Un danno al momento difficile da quantificare, poichè le tariffe applicate dai gestori di telefonia per collegarsi al web sono diverse».

**L'associazione intende avviare quindi un'azione collettiva contro le Agenzie di Web Marketing - Mark agency** scorrette, finalizzata a far ottenere agli utenti coinvolti dagli spam un risarcimento proporzionato al tempo perso per la selezione e la cancellazione della posta indesiderata oltre ai danni economici subiti.

La maggior parte del Marketing selvaggio viene generato da Agenzie di Web Marketing - Mark Agency hanno sedi operative e codici attività mai dichiarati al fisco.

Dal confronto dei dati presenti nel Registro Imprese e quelli su internet e sui principali social network (Facebook, Twitter, My Space etc.) su un campione casuale di 50 Agenzie di Web Marketing - Mark Agency che effettuano marketing selvaggio sono emerse numerose irregolarità: il 34% non ha partita iva ed è evasore totale, il 74% ha personale a nero, il 56% ha codici attività errati, il 21% ha sedi operative non dichiarate, il 68% non dichiara su internet l'indirizzo completo dove opera e l'88% opera con numeri telefonici mobili.

Caso record una Agenzia operante nel pieno centro di Napoli che, con uno staff di 5-6

persone, e proprietaria di decine di siti internet su cui sviluppa progetti, dichiara al fisco meno di 3mila euro l'anno.

Per tutti coloro che intendono partecipare alla class action possono collegarsi al sito **www.contribuenti.it** e fornire una pre-adesione inoltrando una email a [info@contribuenti.it](mailto:info@contribuenti.it) illustrando i danni subiti.

<http://www.diariodelweb.it/Articolo/Economia/?d=20110806&id=212184>

The screenshot shows the website 'Diario del Web Economia' with a navigation bar at the top containing various categories like 'La Politica Italiana', 'Viaggi', 'Chicago Blog', etc. The main header features the site's logo and a search bar. Below the header is a secondary navigation menu with categories such as 'Home', 'Economia', 'Crisi del debito', 'Conti pubblici', 'Borsa', 'Politica economica', 'Media', 'Manovra', 'Lavoro', 'Edilizia', and 'Banche'. A breadcrumb trail indicates the current location: 'DIARIODELWEB.it > Economia'.

The main article is titled 'WEB MARKETING' and 'Contribuenti.it: Class action contro il marketing selvaggio'. The text of the article begins with: «Migliaia di cittadini e di aziende, sono impossibilitati a leggere ed utilizzare la posta elettronica a causa di spam e numerosi sono i cittadini che si sono rivolti a Contribuenti.it per essere tutelati». The article is dated 'sabato 6 agosto 2011 alle 11.34'.

To the right of the article is a social sharing section with buttons for 'Mi piace', 'Tweet', '+1', and 'Share'. Below this is a 'TUTTO LE NOTIZIE SU:' section listing various topics with their respective article counts, such as 'Manovra (1522)', 'Politica economica (1485)', 'Crisi del debito (2363)', 'CGIL (2619)', 'Conti pubblici (2532)', 'Tremonti (1077)', 'MEF (709)', 'Fisco (1622)', 'Borsa (1330)', 'BCE (554)', 'Lavoro (2302)', and 'Camusso (252)'.

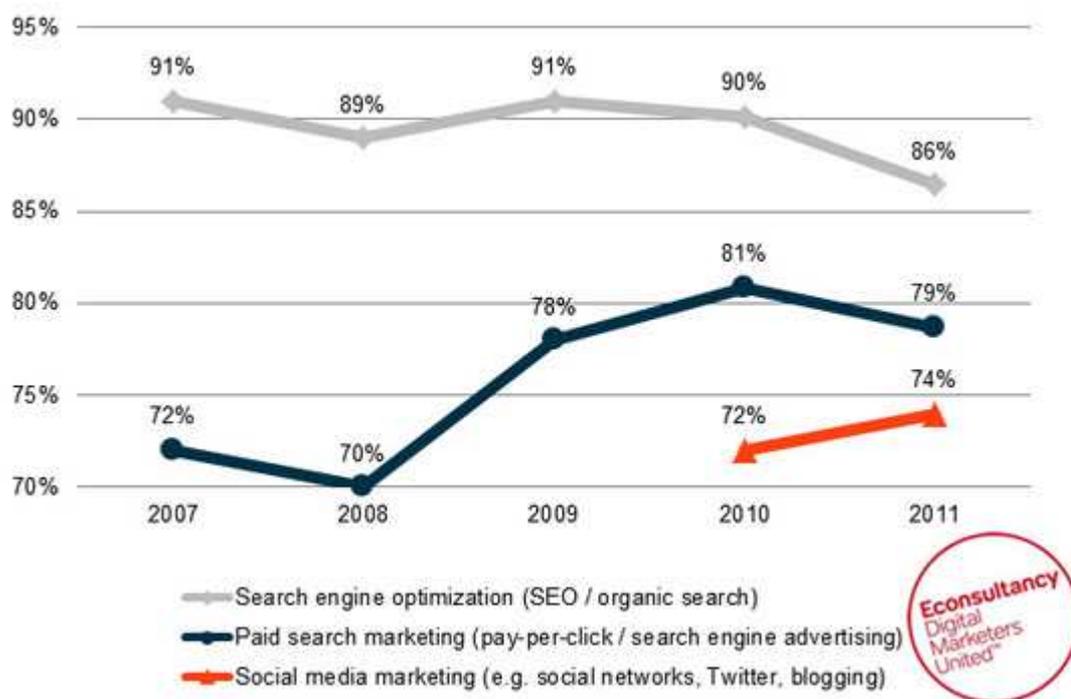
On the right side of the page, there is a large advertisement for 'immobiliare.it' with the tagline 'Il numero 1 degli annunci immobiliari'. The ad includes a search form with fields for 'Comune' and 'Tipo immobile', and a prominent red 'CERCA' button.

Below the advertisement is a section titled 'Segui Economia del DIARIODELWEB.it' which includes icons for Facebook, Twitter, RSS, and Email.

TagliaBlog – 18/05/2011

## Calano gli investimenti in SEO e crescono quelli sui Social Media

Nello *State of Search Marketing Report 2011* di SEMPO, pubblicato lo scorso mese su Econsultancy, emerge fra tutti un aspetto molto interessante, evidenziato nell'immagine qui sotto:



gli investimenti in SEO sono in leggero calo, mentre quasi specularmente crescono quelli sui Social Media.

Nella pagina 18 dello studio, al paragrafo 7.2.1, si dice che *"questo calo può essere in parte spiegato dal fatto che alcune aziende ritengono l'attività SEO non necessaria, purché siano presenti buoni contenuti sul sito web"*.

Anche se vi è un calo negli investimenti sulla SEO, penso che questo sia da vedere come un cambiamento positivo: significa finalmente che i webmaster si stanno rendendo conto che una volta che il sito è ottimizzato per i motori di ricerca è necessario spostare il focus su una presenza sul web di qualità, cosa che si riflette nell'aumento della spesa sui social media, e in una integrazione fra questa e la search.

Questo atteggiamento mostra anche il passaggio dal solo link building alla produzione di contenuti di qualità e alla condivisione di questi sui social media, per generare a sua volta un link building "naturale" – che è sicuramente una evoluzione del vecchio concetto di SEO.

Nella pagina 20 dello studio, al paragrafo 7.2.2, si dice inoltre che *"l'attività SEO è sempre più concentrata nelle mani di SEO specialist, piuttosto che di generiche agenzie"*.

Anche questa può essere vista come una tendenza positiva, che proietta la SEO nell'ambito dei servizi specializzati piuttosto che lasciarla nella mani di generiche società che si occupano di online marketing ma senza alcuna competenza verticale.

Tutte queste tendenze dimostrano che la SEO sta subendo una metamorfosi, ma nella giusta direzione della qualità: l'aumento di spesa sui Social Media mostra che strategie SEO e social si stanno integrando, e i search marketer vedono l'azione sui social come un completamento dell'attività SEO.

<http://blog.tagliaerbe.com/2011/05/calco-seo-crescita-social-media.html>

About me | Blogroll | Collabora | Guadagna online | Interviste | Lavoro | Pubblicità

Cerca sul TagliaBlog

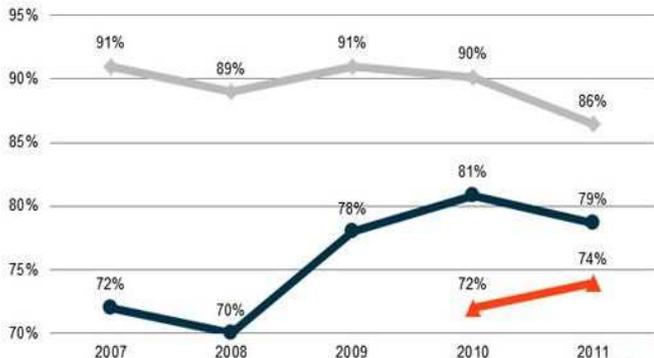


18  
MAG

### Calano gli investimenti in SEO e crescono quelli sui Social Media

Postato da Tagliaerbe  
Tag: seo, social-media

Nello *State of Search Marketing Report 2011* di SEMPO, pubblicato lo scorso mese su Econsultancy, emerge fra tutti un aspetto molto interessante, evidenziato nell'immagine qui sotto:



Anno	SEO (Linea Grigia)	Social Media (Linea Blu)
2007	91%	72%
2008	89%	70%
2009	91%	78%
2010	90%	81%
2011	86%	74%

Che contenuti servono al tuo sito web?

Seo Web Marketing Experience



articoli

Il Giornale.it – 08/08/2011

## LinkedIn, sprint dei profitti Utenti oltre i 100 milioni

Continua a crescere LinkedIn. Nel secondo trimestre il social network che si è quotato a Wall Street lo scorso maggio ha visto crescere i profitti del 5,1% grazie al buon aumento del giro d'affari e degli utenti (+61% a 115,8 milioni mentre i contatti unici sono aumentati dell'83% a 81,8 milioni). La società ha riportato profitti per 4,5 milioni di dollari, 4 centesimi per azione, dai 4,3 milioni di dollari, 2 centesimi per azione, dello stesso periodo dell'anno scorso. Il giro d'affari netto è più che raddoppiato da 54,9 a 121 milioni di dollari. Gli analisti attendevano perdite per 3 centesimi per azione, su un giro d'affari di 105 milioni. LinkedIn, che ha sede a Palo Alto nella mitica Silicon Valley californiana, è un servizio di social network che, a differenza di Facebook dedicato agli utenti consumer si rivolge maggiormente a quelli professionali. Una dimensione diversa rispetto agli oltre 700 milioni di iscritti di Facebook ma di successo. LinkedIn può infatti contare ora su 115 milioni di utenti ed è presente in oltre 200 Paesi con un ritmo di crescita elevato. Il 56% degli iscritti risiede inoltre fuori dagli Stati Uniti. Ma non c'è dubbio che siano Usa, India, Regno Unito e Brasile i Paesi col maggior numero di clienti. Gli utenti europei sono oltre 22 milioni gran parte dei quali in Olanda, Francia e Italia.

[http://www.ilgiornale.it/economia/linkedin\\_sprint\\_profitti\\_utenti\\_oltre\\_100\\_milioni/08-08-2011/articolo-id=539135-page=0-comments=1](http://www.ilgiornale.it/economia/linkedin_sprint_profitti_utenti_oltre_100_milioni/08-08-2011/articolo-id=539135-page=0-comments=1)

**il Giornale.it**  
sabato 24 settembre 2011  
Aggiornato oggi alle 19:02

A soli **29 euro** al mese. **RISPARMIA OLTRE 300€**

Home Interni Cronache Esteri **Economia** Borsa Cultura Spettacoli Sport Poker Motori Casa Tech&Web Viaggi **Lusso** Milano Genova  
Archivio Il blog di Nicola Porro Il blog di Pierluigi Bonora Borsa Investimenti Aiuto Google Cerca Web ilGiornale

**facile.it** SCEGLIERE È FACILE **MUTUI CASA: confronta le migliori banche e risparmia sul mutuo** Fai un preventivo >>

**ECONOMIA** Lunedì 08 agosto 2011, 08:00 18:31 Manovra: Cgia, rischio stangata... Ansa

## LinkedIn, sprint dei profitti Utenti oltre i 100 milioni

di Redazione Vota Risultato

**Strumenti utili**  
Carattere Stampa  
Salva l'articolo Rss  
Invia a un amico Pdf  
Condividi su Facebook  
Condividi su Twitter

Mi piace Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici. +1 1

Continua a crescere LinkedIn. Nel secondo trimestre il social network che si è quotato a Wall Street lo scorso maggio ha visto crescere i profitti del 5,1% grazie al buon aumento del giro d'affari e degli utenti (+61% a 115,8 milioni mentre i contatti unici sono aumentati dell'83% a 81,8 milioni). La società ha riportato profitti per 4,5 milioni di dollari, 4 centesimi per azione, dai 4,3 milioni di dollari, 2 centesimi per azione, dello stesso periodo dell'anno scorso. Il giro d'affari netto è più che raddoppiato

Internet più veloce, con Chrome.  
**Scarica Chrome**  
Il browser veloce di Google

---

La Stampa.it – 03/08/2011

## Ora Twitter vale 8 miliardi

Il gruppo russo Dst ha investito 800 milioni nella web company

TORINO

Quanto vale Twitter? Una misura oggettiva non c'è, perché il grande «social network» che insidia il predominio di Facebook non è ancora quotato in Borsa, ma ieri i quotidiani finanziari Wall Street Journal da New York e Financial Times da Londra scrivevano che la società si può stimare fra gli 8 e gli 8,4 miliardi di dollari, cioè più del doppio dell'anno scorso; lo si evince da un investimento di 800 milioni da parte di un gruppo russo che valorizza Twitter in questi termini.

Come struttura Twitter è una rete sociale di contatti elettronici, che fornisce agli utenti una «pagina» personale continuamente aggiornabile con messaggi di testo di lunghezza limitata come gli Sms al telefonino. Gli aggiornamenti possono essere fatti, appunto, tramite Sms, oppure via e-mail o altri mezzi del genere. Il social network Twitter è tipicamente il regno dell'effimero, e la maggior parte dei 50 milioni di «tweet» che vengono scambiati ogni giorno in tutto il pianeta contengono messaggi dozzinali, del tipo «ciao amici io sto facendo colazione con la cioccolata, e voi?». Ma attraverso la rete di Twitter sono passati anche i messaggi che si scambiavano i giovani rivoltosi arabi nei tumulti di piazza del 2011, e il futuro presidente americano Obama ha fondato sui tweet una parte importante della campagna elettorale nel 2008, e per Twitter passando molti esperimenti di giornalismo partecipativo.

Il social network di San Francisco conta 200 milioni di iscritti (e dà lavoro a più di 600 dipendenti); questa massa di persone collegate può dare in teoria ritorni economici di vario tipo, che vanno dalla diffusione di pubblicità allo scavo degli archivi per conoscere la reputazione dei prodotti e dei marchi commerciali (e infatti ci sono aziende che monitorano le pagine di Twitter proprio per ricavare queste informazioni, e la possibilità è offerta dal fatto che i messaggi tramite Twitter sono di regola pubblici).

La rete di Twitter è accreditata nel 2011 di ricavi fra i 100 e i 150 milioni di dollari; l'arrivo di finanziatori con 800 milioni e la valutazione di almeno 8 miliardi, che promette ricchissimi incassi in caso di offerta al pubblico, confermano sui mercati la convinzione che Twitter sia una miniera d'oro.

La metà dei nuovi fondi in arrivo sarà usata per il buy-back (riacquisto) di azioni Twitter. L'investimento dei russi di Dst in Twitter è simile a quello da 200 milioni di dollari fatto dalla stessa società in Facebook due anni fa: adesso Facebook (che è un altro social network, strutturato su basi differenti rispetto a Twitter) vale 10 miliardi di dollari. Sembra un po' il tocco di re Mida.

[http://www.lastampa.it/web/cmstp/tmplrubriche/tecnologia/grubrica.asp?ID\\_blog=30&ID\\_articolo=9342&ID\\_sezione=38](http://www.lastampa.it/web/cmstp/tmplrubriche/tecnologia/grubrica.asp?ID_blog=30&ID_articolo=9342&ID_sezione=38)

ABBONAMENTI | ARCHIVIO | METEO | RADIO | TUTTOAFFARI | LAVORO | LEGALI | SCRIVI ALLA REDAZIONE | SERVIZI | 

# LA STAMPA.it TECNOLOGIA

ATTUALITÀ | OPINIONI | SPORT | TORINO | CULTURA | SPETTACOLI | TEMPO LIBERO | DONNA | CUCINA | SALUTE | VIAGGI | APPROFONDIMENTI | PIÙ VISTI  
HOME | POLITICA | ESTERI | CRONACHE | COSTUME | ECONOMIA | **TECNOLOGIA** | SCIENZA | AMBIENTE | MOTORI | LAZAMPA | I TUOI DIRITTI | MULTIMEDIA

   Mi piace 9  Tweet 22  +1 0    

**NEWS**  
3/8/2011 - È IL DOPPIO DI UN ANNO FA. A WALL STREET SALE LA FEBBRE DEGLI INVESTITORI PER I SOCIAL NETWORK

## Ora Twitter vale 8 miliardi

### Il gruppo russo Dst ha investito 800 milioni nella web company

**LUIGI GRASSIA**

**TORINO**  
Quanto vale Twitter? Una misura oggettiva non c'è, perché il grande «social network» che insidia il predominio di Facebook non è ancora quotato in Borsa, ma ieri i quotidiani finanziari Wall Street Journal da New York e Financial Times da Londra scrivevano che la società si può stimare fra gli 8 e gli 8,4 miliardi di dollari, cioè più del doppio dell'anno scorso; lo si evince da un investimento di 800 milioni da parte di un gruppo russo che valorizza Twitter in questi termini.



**ULTIMI ARTICOLI** | SEZIONI

- 24 settembre 2011  
La cantina ecologica è "off-Grid"
- 23 settembre 2011  
Il nuovo Facebook è già per tutti
- 23 settembre 2011  
3D per tutti su YouTube con un nuovo tool
- 23 settembre 2011  
La Rete non è sicura, lo dice un terzo degli utenti

[> elenco completo delle pubblicazioni](#)

CERCA  >> FEED [RSS](#)

**PUBBLICITÀ**



PMI.it – 04/08/2011

## Google Plus: 25 milioni di utenti, ma non attacca...

**Dati ComScore: 25 milioni di utenti in meno di due mesi per Google Plus, che ora si confronta con Facebook e soprattutto con le aspettative degli utenti.**

**Google Plus** incoronato da ComScore il sito con il più rapido tasso di **crescita** della storia del Web: **25 milioni di utenti** dal 28 giugno, data di messa online della versione beta del nuovo social network. Un risultato subito paragonato a quello di Facebook (che ha impiegato 3 anni per ottenerlo), ma si tratta di un risultato che cela ancora ampie **zone d'ombra**. **Google Plus** ha compiuto infatti meno sforzi propri del rivale, godendo inoltre della già consolidata fama delle piattaforme sociali ad uso consumer e business, nonché del traino di un brand così potente.

Lo dimostra la foga con cui marchi e aziende hanno tentato di accaparrarsi prima del tempo **pagine commerciali Google+**.

È anche vero che **Google Plus** ha dalla sua un ecosistema di servizi già attivi e consolidati in cui integrarsi, Gmail in primis con i suoi 200 milioni di utenti circa. L'integrazione con le **Google Apps** è però ancora nebulosa, limitandosi al momento ad un accesso comune dal nuovo menu a disposizione degli **utenti con account Google**.

Facebook, invece, ha dalla sua la fedeltà degli utenti, che ora però si trovano ad un bivio. Interazione e condivisione su **Facebook o Google Plus**? Questo è il dilemma. Già, perchè raddoppiare lo sforzo è difficile: a chiunque abbiamo chiesto, il primo ostacolo dichiarato è stato questo: *«sto già su Facebook, ora sarebbe troppo faticoso stare anche su Google Plus!»*

E poi c'è ancora il problema degli **inviti** per **entrare in Google Plus**: ogni giorno sono centinaia le richieste che arrivano da noi in redazione: tutti a caccia di un invito! La percezione che sia difficile entrare da un lato alimenta la curiosità ma dall'altro **scoraggia** i meno convinti. E tiene lontani anche gli scettici: *«su Google Plus non c'è ancora nessuno dei miei contatti!»*, tanto più che l'accesso è **riservato agli utenti Gmail**, tagliando fuori - magari - tutti i nostri contatti di lavoro o commerciali, nonché i colleghi e amici che non hanno scelto Google e tutti i milioni di utenti che potenzialmente costituiscono una folta platea di uditori o clienti, qualunque sia lo scopo di chi approda sul social network in cerca di visibilità.

Dunque, saranno anche 25 milioni gli utenti **Google Plus**, ma bisogna capire in cerca di cosa e, soprattutto, se questo qualcosa lo hanno trovato o pensano di trovarlo. Mentre i 750 milioni di utenti **Facebook** controllano il proprio profilo di continuo (per i più, la pagina resta aperta tutto il giorno...), e condividono un miliardo i contenuti al giorno, su Google Plus **i tempi di fruizione** sono per ora minori, anche se i contenuti condivisi (compresi i link selezionati con il **pulsante +1**) sarebbero già di portata analoga nonostante la base utenti più ridotta.

Insomma, la sfida è aperta e di sicuro lo scettro sarà conteso a colpi di novità e servizi per gli utenti. Che vinca il migliore, o che si conviva con un'armonica condivisione degli spazi e articolazione dei canali di fruizione!

<http://www.pmi.it/software/news/9574/google-plus-25-mln-di-utenti-ma-non-attacca.html>

The screenshot shows the PMI.it website interface. At the top left is the PMI.it logo. To the right is a search bar with the text 'Cerca:' and a 'Trova' button. Below the search bar is a navigation menu with links: Home, News, Articoli, Tutorial, White Paper, Cifre, Eventi, Appalti, Download, Blog, Sondaggi, Video, RSS, and Facebook. A banner for 'COMPASS' is visible. On the left side, there is a vertical menu with categories: Contabilità e Fisco, Finanziamenti, Green Economy, Hardware, Lavoro e Impresa, Leggi e Norme, Marketing, Networking, Project Management, Sicurezza, Software, and TLC e Mobile. The main content area features a breadcrumb trail 'Homepage » Software » News' and a news article titled 'Google Plus: 25 milioni di utenti, ma non attacca...' by the 'Redazione PMI.it' dated 'giovedì 4 agosto 2011'. The article text states: 'Dati ComScore: 25 milioni di utenti in meno di due mesi per Google Plus, che ora si confronta con Facebook e soprattutto con le aspettative degli utenti. Google Plus incoronato da ComScore il sito con il più rapido tasso di crescita della storia del Web: 25 milioni di utenti dal 28 giugno, data di messa online della versione beta del nuovo social network. Un risultato subito paragonato a quello di Facebook (che ha impiegato 3 anni per ottenerlo), ma si tratta di un risultato che cela ancora ampie zone d'ombra. Google Plus ha compiuto infatti meno sforzi propri del rivale, godendo inoltre della già consolidata fama delle piattaforme sociali ad uso consumer e business, nonché del traino di un brand così potente.' To the right of the article is a photo of a modern office interior with the 'SAMSUNG' logo below it. At the bottom left of the article area is a section titled 'Parli e invii sms' with the text 'Lo dimostra la foga con cui marchi e aziende hanno tentato di accaparrarsi prima del tempo pagine'. On the bottom right, there is a 'Gli Speciali PMI.it' section featuring 'ORACLE' with the text 'Sfruttare in modo efficace le risorse aziendali come hardware, database e sistemi legacy. Accrescere e potenziare i servizi ai clienti.' and a link 'Scopri come, grazie ad Oracle >'. At the very bottom, there are partial links for 'Corri' and 'Tutti >'.

---

Mauro Lupi's blog – 30/06/2011

## Quanti social network siamo capaci di gestire?

Sono stati fatti diversi studi su quale sia il numero massimo di relazioni che un individuo può intrattenere con altre persone. Studi correlati più volte alla quantità di “amici” con cui ci si interfaccia nei social network. Ora penso si debba anche iniziare a studiare **qual è il numero massimo di social network** che è un umano riesce a gestire.

Questi sono i giorni di Google+, il nuovo “ambiente sociale” che vista la portata dei suoi creatori, merita grande attenzione (pur ricordando che Google qualche passo falso l’ha compiuto proprio in questo ambito). Ed il nuovo network fa scattare una serie di inediti interrogativi con i quali ciascuno di noi deve fare i conti, non tanto legati alle funzionalità dello strumento, quanto alla portabilità (o meno) del proprio ambiente di relazioni (o di *amicizie*, se volete). E’ come se il miglior DJ venisse in città, ma non si sa se alla festa andrà qualcuno che conosci.

Interessante il fatto che l’etica che ciascuno di noi sta autonomamente sviluppando riguardo i social media, è ancora molto fluida e penso non ne verremo mai a capo in modo definitivo. C’è chi è ancora alla fase del collezionismo e che si pesa in funzione del numero di amici, c’è chi è arrivato allo stadio del riflusso ed è alle prese con un bel repulisti di connessioni su Facebook o addirittura riparte come un novello Lazzaro con un immacolato nuovo profilo. In mezzo ci sono quelli alle prese con lo stress da prestazioni, che sfidano le leggi del tempo e della resistenza per tentare di seguire centinaia di persone ed il relativo ciclopico flusso di post, twit, like, check-in, foto e video e così via.

E’ come per la gestione del tempo: esistono suggerimenti generali e regolette “base”, ma poi ogni sistema deve essere costruito sulla propria persona, sul proprio quotidiano, altrimenti non risulta efficiente. Quindi le seguenti indicazioni valgono per me, ma non è detto che siano quelle corrette per chiunque.

- I miei amici su Facebook sono persone che conosco, che ho incontrato almeno una volta; tra loro ho una lista di circa 30 “amici-amici” di cui seguo periodicamente i profili. Due numeri: ho 719 amici e 586 richieste che non ho accettato (e che non accetterò).
- Su LinkedIn sono più “di bocca buona”, nel senso che accetto connessioni con persone che operano nella mio settore, trattandolo quindi come una specie di business directory piuttosto che un social network.
- Twitter lo sto utilizzando in modo crescente, ed ho creato due gruppi di persone che seguo: uno ristretto (25-30) che effettivamente leggo, un altro più allargato su cui curioso nei momenti di serendipity (stessa sorte che è toccata a Friendfeed su cui capito sempre meno).
- Altri social network per ora non ne uso, per cui le decine di richieste per Netlog, BranchOut (che noia tutti quegli inviti via Facebook!), Vimeo, ecc. le indirizzo velocemente verso il cestino.

In definitiva, ritengo che se non ci si impone un certo rigore, il rischio è quello di perdersi in meandri digitali che sottraggono tempo e che non sempre restituiscono valore. A proposito, avete un invito per [Google+](#) da girarmi?

<http://www.maurolupi.com/2011/06/quant-social-network-siamo-capaci-di-gestire.html>

## Mauro Lupi's blog

*Comunicazione e marketing, su internet e non solo, passando per blog e social network*

Home
Chi sono
Articoli
Slide
Video
Foto
Archivi
Email
Feed RSS
English

### Quanti social network siamo capaci di gestire?

Sono stati fatti diversi studi su quale sia il numero massimo di relazioni che un individuo può intrattenere con altre persone. Studi correlati più volte alla quantità di “amici” con cui ci si interfaccia nei social network. Ora penso si debba anche iniziare a studiare **qual è il numero massimo di social network** che è un umano riesce a gestire.

Questi sono i giorni di [Google+](#), il nuovo “ambiente sociale” che vista la portata dei suoi creatori, merita grande attenzione (pur ricordando che Google qualche passo falso l’ha compiuto proprio in questo ambito). Ed il nuovo network fa scattare una serie di inediti interrogativi con i quali ciascuno di noi deve fare i conti, non tanto legati alle funzionalità dello strumento, quanto alla portabilità (o meno) del proprio ambiente di relazioni (o di *amicizie*, se volete). E’ come se il miglior DJ venisse in città, ma non si sa se alla festa andrà qualcuno che conosci.

Interessante il fatto che l’etica che ciascuno di noi sta autonomamente sviluppando riguardo i social media, è ancora molto fluida e penso non ne verremo mai a capo in modo definitivo. C’è chi è ancora alla fase del collezionismo e che si pesa in funzione del numero di amici, c’è chi è arrivato allo stadio del

**Benvenuto!**



Questo sito/blog è la mia casa digitale in cui, generalmente, tratto di comunicazione, marketing e tecnologia (ossia ciò di cui mi occupo da oltre 30 anni). Buona lettura!  
*Mauro Lupi*

**Ultimi post**

- [Tra criticità dei social e Star della Rete](#)
- [Le ultime sul CRM](#)
- [Un premio alla professione](#)
- [Salesforce sempre più social](#)
- [Advertising online dal 2011 al 2016](#)
- [I libri prima dell'estate](#)
- [Il video di Web in Tourism](#)
- [Quanti social network siamo capaci di gestire?](#)
- [I'm part of circle of friends](#)
- [Le aziende alla prova di](#)

**Cerca nel sito**



RSS Feed

RSS FEED

BOOKMARK

RSS Mobile

Vuoi ricevere i post via email?

Email:

2003 readers  
BY FEEDBURNER

PuntoBlog.it – 01/06/2011

## E' in arrivo la Bolla Social?

 PROFITTO ANNUO: \$ 2 Miliardi ULTIMA VALUTAZIONE: \$75 Miliardi 37,5 VOLTE IL PROFITTO ANNUO	 PROFITTO ANNUO: \$860 Milioni ULTIMA VALUTAZIONE: \$8,5 Miliardi 9,8 VOLTE IL PROFITTO ANNUO
 PROFITTO ANNUO: \$200 Milioni ULTIMA VALUTAZIONE: \$9 Miliardi 45 VOLTE IL PROFITTO ANNUO	 PROFITTO ANNUO: \$150 Milioni ULTIMA VALUTAZIONE: \$7,7 Miliardi 50 VOLTE IL PROFITTO ANNUO

È in arrivo una nuova bolla economica?  
Come vogliamo chiamarla, Bolla Social?

I puristi dell'economia non sopportano tanto le bolle, per il semplice che quando scoppiano, e prima o poi scoppiano, lasciano sul campo migliaia di feriti, per la serie quello che non ti uccide ti lascia sanguinante e storpio.

La prima bolla accertata in epoca moderna è stata la bolla dei tulipani, ma ci sono state anche bolle, più o meno importanti, che hanno riguardato il pepe, il cacao, il sale, il grano e così via. La prossima bolla potrebbe essere quella dei social, e sarebbe la seconda legata al mondo del web dopo quella di fine millennio, la bolla delle dotcom, quando alcuni si convinsero che le porte delle ricchezza avevano come password qualcosa punto com.

Si convinse di questo anche John Yaki **Elkaan**, il quale convinse il nonno, l'indimenticato Gianni **Agnelli**, a finanziare il grande progetto del rampollo.

Nome del progetto? **Ciaoweb**.

Il Portale, nonostante i soldi (decine di miliardi di lire) e l'influenza della real schiatta, non decollò, anzi fallì.

E Yaki Elkaan tornò ad occuparsi dei trattori e dei popò come dice mio nipote.

Di questo fallimento non c'è traccia alla voce John Elkaan su Wikipedia. Cose che succedono, le divinità non devono essere sporcate.

Ma torniamo a noi ed alla possibile/probabile bolla social. Ci sono le avvisaglie? Sì, un primo warning dovrebbe venire dalla stima di alcune società.

Microsoft ha acquisito **Skype**, la creatura che fu di Niklas **Zennström** e Janus **Friis**, per 8,5 miliardi di dollari a fronte di un profitto annuo di 860 milioni, una sovra estimazione quasi di un

fattore dieci.

Dal canto suo, **LinkedIn** ha avuto una collocazione in Borsa per un valore di 9 miliardi a fronte di un profitto annuo di 200 milioni, quindi circa 45 volte il valore. Pensate un po' se qualcuno vi proponesse per la vostra casa un valore maggiorato di 45 volte. Si attende lo sbarco in borsa anche di **Twitter** e **Facebook**, entrambe sopravvalutate, finanziariamente, di 50 e 37 volte.

Ora alcune di queste Company, Facebook per numero e Twitter per tipo di utenti, hanno un notevole appeal e un (potenziale) enorme potere commerciale, una forza però tutta da verificare qualora si volesse trasformare la stessa in soldoni. In altre parole, sinora non è stato facile monetizzare gli amici, i collegamenti ed i seguaci.

E non è detto che lo sarà in un prossimo futuro; né sappiamo come potrebbero reagire gli iscritti dinanzi ad una massiccia campagna di advertising et similia. Potrebbero anche scappare verso altri lidi. Voi che ne pensate?

La prossima bolla speculativa si chiamerà Bolla Social?

<http://puntoblog.it/2011/06/01/e-in-arrivo-la-bolla-social.html>

The screenshot shows the homepage of PuntoBlog, a Web Marketing Blog. The header features the site's logo and the tagline "Un punto fermo per il tuo Business!". Below the header is a navigation menu with links for Home, Collabora con noi, Guide gratuite, and Link Utili. The main content area displays an article titled "E' in arrivo la Bolla Social?" dated 1 giugno 2011 by Massimo. The article includes several promotional links: "Si può far soldi online?", "Fare Soldi Online", "Guadagna con il tuo blog", and "1° regola del marketing". To the right of the article is a subscription form for the RSS feed, a contact form for consulting services, and a CAPTCHA. At the bottom, there are advertisements for social media platforms (Facebook, Skype, LinkedIn, Twitter) and a promotion for Aruba PEG, highlighting a 50% discount on PEG services.

Il Sole24Ore.com – 27/07/2011

## Amazon-Mondadori: accordo fatto per Kindle

**Circa 2.000 titoli delle case editrici Mondadori, Einaudi, Sperling&Kupfer e Piemme disponibili per gli utenti europei di Kindle.**

E' probabilmente il primo importante tassello dell'apertura del anche al mercato italiano dello store dedicato agli ebook. E' un accordo, annunciato in queste ore, che vede protagonisti Amazon da un lato e Mondadori dall'altro.

L'intesa, di respiro paneuropeo, prevede che gli oltre 2.000 ebook trade pubblicati da Mondadori, attraverso le case editrici Mondadori, Einaudi, Sperling&Kupfer e Piemme, siano disponibili per gli utenti Kindle che acquistino su Amazon.co.uk, Amazon.de e Amazon.com.

Si tratta di un primo passo, dal momento che l'accordo prevede che entro Natale un altro migliaio di titoli digitali vengano inseriti a catalogo, incluse le novità previste per il prossimo autunno-inverno.

Per Mondadori, un impegno di lungo respiro, dal momento che la società intende portare il proprio catalogo di libri digitali a raggiungere gli 8.000 titoli entro il prossimo anno.

[http://www.b2b24.ilsole24ore.com/articoli/0,1254,24\\_ART\\_143376,00.html](http://www.b2b24.ilsole24ore.com/articoli/0,1254,24_ART_143376,00.html)

The screenshot shows the website interface for Il Sole 24 Ore. At the top, there is a navigation bar with categories like 'casa', 'plus', 'motori', 'luxury', 'viaggi', 'salute', 'job', 'diritto', 'arteconomy', and 'altri'. Below this is a secondary navigation bar with 'Notizie', 'Economia', 'Norme e Tributi', 'Finanza', 'Commenti&Inchieste', 'Tecnologie', and 'Cultura'. A search bar is visible on the right with the text 'CERCA' and a dropdown menu showing 'in B2B24'. The main content area features a large article titled 'Amazon-Mondadori: accordo fatto per Kindle' with a sub-headline 'Circa 2.000 titoli delle case editrici Mondadori, Einaudi, Sperling&Kupfer e Piemme disponibili per gli utenti europei di Kindle.' The article text is partially visible, starting with 'E' probabilmente il primo importante tassello dell'apertura del anche al mercato italiano dello store dedicato agli ebook.' To the right of the article is a sidebar titled 'La mappa di Business Media' with a list of categories: Agricoltura, Architettura, Casa e arredo, Distribuzione, Drink & Food, Edilizia, Elettronica, Informatica, Made in Italy, Medicina, Tecnologie, Turismo, and Tv & Satellite. Below the sidebar is a 'energia24 Club' logo. At the bottom of the page, there is a footer with the date 'Settembre 2011'.

---

Techpoint.it – 05/08/2011

## eBooks: RCS Libri e Google sfidano Mondadori e Amazon

**Google ed RCS Libri stringono un accordo per la pubblicazione di 12 mila volumi in formato eBooks, creando così una valida alternativa al binomio Amazon Mondadori che hanno stretto un accordo dello stesso tipo non molto tempo fa.**

Dopo l'accordo in campo **eBooks** tra **Amazon** e **Mondadori**, anche l'altro colosso del mondo dei libri stipula un vantaggioso accordo, stiamo parlando di **RCS Libri** che in queste ore ha stretto una partnership con **Google** rendendo disponibili ben 12 mila opere per il market online del colosso del web. La sfida di Mondadori è quindi stata raccolta da RCS Libri che ha avuto il coraggio di mettersi in gioco e sfidare a bordo di un altro cavallo di razza il binomio Mondadori Amazon. La sfida si preannuncia accesissima, gli eBooks sono il futuro, questa affermazione arriva dal fatto che il mercato dei libri elettronici sta spopolando sempre più e molti utenti passano dalla versione cartacea a quella multimediale per vari motivi.

La battaglia sarà interessante su 2 fronti, il primo è la quantità di volumi che i due produttori riusciranno a mettere sul mercato entro il prossimo anno, secondo sarà la qualità dei titoli che verranno convertiti dal formato libreria a quello web, il che renderà i grandi classici ancora più appetibili per il pubblico che potrà scegliere se risparmiare tanti euro per la versione ebook oppure gustarsi il volume nella propria libreria di casa. Meno importante è il fattore prezzo, che molti potrebbero definire fondamentale ma in questo caso non credo ci saranno differenze di spesa per le opere, così come nella musica anche in questo settore dovremmo assistere ad un livellamento delle offerte in modo da aumentare il numero delle vendite e restare allo stesso tempo competitivi.

Il procedimento d'acquisto dei volumi ebook sarà facile ed intuitivo, la ricerca avverrà attraverso i maggiori market store per smartphone e tablet pc, che reindirizzeranno l'utente al sito LibreriaRissoli.it, dove sarà possibile completare la procedura d'acquisto e gustarsi il libro sul proprio dispositivo mobile preferito in tutta libertà. Quello che più sorprende di questo accordo è il numero di volumi garantiti da RCS Libri, superiore a qualsiasi altra libreria online per l'acquisto diretto e fondamentalmente la migliore in termini di qualità per titoli selezionabili. Nei prossimi mesi potrebbe subire una svolta questo testa a testa diventando una lotta a 3, per il momento non si hanno però conferme su questo inserimento misterioso ma tutto è possibile se il mercato eBooks dovesse rendere oltre i limiti previsti.

<http://www.techpoint.it/3595/ebooks-rcs-libri-e-google-sfidano-mondadori-e-amazon.html>

## TechPoint

Just another WordPress site

[Home](#)[Informazioni](#)[Siti Amici](#)

Posted on August 5, 2011 by AntonioP

[← Previous](#) [Next →](#)

# eBooks: RCS Libri e Google sfidano Mondadori e Amazon

 logo dedicato al settore dei libri elettronici

Dopo l'accordo in campo eBooks tra Amazon e Mondadori, anche l'altro colosso del mondo dei libri stipula un vantaggioso accordo, stiamo parlando di RCS Libri che in queste ore ha stretto una partnership con Google rendendo disponibili ben 12 mila opere per il market online del colosso del web. La sfida di Mondadori è quindi stata raccolta da RCS Libri che ha avuto il coraggio di mettersi in gioco e sfidare a bordo di un altro cavallo di razza il binomio Mondadori Amazon. La sfida si preannuncia accesissima, gli eBooks sono il futuro, questa affermazione arriva dal fatto che il mercato dei libri elettronici sta spopolando sempre più e molti utenti passano dalla

ITespresso.it – 09/06/2011

## Il mercato e-book in Italia

**In occasione della quarta edizione di Editech, Aie, editori e player del settore delineano il mercato dei libri digitali in Italia. Cifre ed opportunità degli e-book**

A Milano è in corso **Editech**, una due giorni sugli e-book o libri digitali per fare il punto su come l'editoria europea sta affrontando la sfida digitale. Gli e-book rappresentano un fenomeno in prepotente crescita, come dimostra il sorpasso su Amazon delle vendite di e-book su quelle dei libri cartacei.

Attualmente è solo disponibile una stima del **mercato europeo degli ebook per il 2010**: l'Italia tra i Paesi (UE a 5) sfiora per valore lo **0,1%** rispetto al mercato trade (ma è anche l'ultimo paese ad essere entrato con decisione in questo settore e con un numero di titoli a fine 2010 ancora limitato: 6.950), circa come la Spagna. Vanno meglio la **Germania con uno 0,5%** (e 40.000 titoli), la **Francia con un 1,5%** (e 82.000 titoli), mentre spicca il volo la **Gran Bretagna con il 3%** con 400.000 titoli e l'**8-10% degli Stati Uniti**.

A maggio di quest'anno i titoli in **Italia hanno raggiunto quota 11.271**, un dato decuplicato rispetto a gennaio 2010 (quando era di 1.619). L'Italia è passata **da 299 editori a 471**. Il mercato dell'editoria digitale è già stabile e consolidato sul versante professionale mentre si sta ancora formando in quello consumer degli eBook e in quello educativo.

Ma l'Italia, lontana dalle percentuali dei paesi anglosassoni, sconta altri gap. Se svetta per gli smartphone (con una penetrazione del 32% contro una media spagnola del 28,4%, inglese del 22,9%, statunitense del 18,2%, tedesca del 16,2% e francese del 15,2%), l'Italia rimane **fanalino di coda** per quanto riguarda la diffusione di Internet nelle case (53% contro il 79% tedesco e il 77% dell'Inghilterra) e anche in termini di diffusione tra le famiglie della **banda larga** (con un 39% di penetrazione contro una media del 69% in Inghilterra, 65% in Germania, 57% in Francia e 51% in Spagna - dati *Nielsen Net Ratings, Istat e Ufficio studi AIE*).

Inoltre l'Italia sconta che il **divario linguistico**: gli e-book oggi disponibili sono per lo più in **lingua inglese e in Italia solo poco più del 6%** della popolazione dichiara di "conoscere bene" la lingua inglese (Fonte: *Istat, 2009*).

Il **prezzo** degli e-book (al netto dell'Iva, in Europa più elevata di quella dei libri cartacei) sembra posizionarsi oggi sui livelli delle edizioni tascabili quasi in tutti i Paesi europei. In Italia già l'edizione tascabile cartacea mostra il prezzo più elevato. Nei mercati europei il prezzo (Iva inclusa) degli **eBook è allineato a quello delle edizioni tascabili** (o di poco superiore), mentre negli USA il prezzo al pubblico degli eBook è di circa il **27% inferiore a quello delle edizioni pocket**.

**In Italia il prezzo dei device è caro:** supera la media di quello degli altri paesi con **199/299 Euro (90% in più)** rispetto al mercato Usa) contro una media di 118/180 in Inghilterra, 139/199 in Germania, 199/250 in Francia, 200/250 in Spagna e 104/164 negli Stati Uniti. I lettori forti vorrebbero un prezzo medio di circa 160 euro.

Le **app** che verranno scaricate nel mondo supereranno nel 2011 i **25 miliardi** (Fonte: **Gartner**). Il mercato delle applicazioni, attualmente dominato dall'App Store di Apple e da Android Market potrebbe arrivare a valere **15,1 miliardi di euro**. Anche in Italia si sta imponendo una «**cultura delle app**». L'Osservatorio permanente sui contenuti digitali nel 2010 mette i contenuti editoriali (comprensivi di libri e news) ai primi posti nell'uso del tablet, subito dopo la navigazione su internet, l'ascolto di musica e la visione di film.

Da App Store Statistic nel 2010 emerge che il **67% delle applicazioni** sono a pagamento con costi, per quanto riguarda quelle editoriali, che si aggirano attorno ai **4,99 dollari, sopra ai 2,43 dollari di media**. Tuttavia, secondo la ricerca **Nielsen Bookscan U.S.**, se il 35% degli adulti possiede app sul proprio cellulare, **solo due terzi le utilizza veramente**.

<http://www.itespresso.it/il-mercato-e-book-in-italia-52536.html>

NetMediaEurope | Itespresso | Gizmodo | The Inquirer | Download | Channel Insider | eWEEK Europe | itweb.tv

**Itespresso.it** Login | Registrati

HOME NOTIZIE SOFTWARE HARDWARE SPECIALI ARTICOLI ANALISI DOWNLOAD BLOG WHITEPAPER

Aziende | Digital life | Giochi | Hardware | Internet e TLC | Mercati | Sicurezza | Software

Cerca in questo sito  OK

IBM SmartCloud Enterprise In prova gratuita dal 12 settembre all'11 novembre

Richiedilo subito

NEW G IT GRATIS sul tuo iPhone

Sei qui: Home » Notizie » Mercati » Analisi e tecnologia » **Il mercato e-book in Italia**

Stampa quest'articolo | Segnala via email

## Il mercato e-book in Italia

In occasione della quarta edizione di Editech, Aie, editori e player del settore delineano il mercato dei libri digitali in Italia. Cifre ed opportunità degli e-book

Pubblicato il 9 Giugno 2011 alle 13:13 da Redazione

Nessun commento

Share 6 | Tweet 4 | Mi piace | Piace a 5 persone.

A Milano è in corso **Editech**, una due giorni sugli e-book o libri digitali per fare il punto su come l'editoria europea sta affrontando la sfida digitale. Gli e-book rappresentano un fenomeno in prepotente crescita, come dimostra il sorpasso su Amazon delle vendite di e-book su quelle dei libri cartacei. Attualmente è solo disponibile una stima del **mercato europeo degli ebook per il 2010**: l'Italia tra i Paesi (UE a 5) sfiora per valore lo **0,1%** rispetto al mercato trade (ma è anche l'ultimo paese ad essere entrato con decisione in questo settore e con un numero di titoli a fine 2010 ancora limitato: 6.950), circa come la Spagna. Vanno meglio la **Germania con uno 0,5%** (e 40.000 titoli), la **Francia con un 1,5%** (e 82.000 titoli), mentre spicca il volo la **Gran Bretagna con il 3%** con 400.000 titoli e l'**8-10% degli Stati Uniti**.

**ALTRE NOTIZIE**

- Ogni giorno Foxconn produce 150 mila iPhone 5: evento entro fine mese?
- La virtualizzazione di Windows 8
- Google compra i contenuti di Zagat per Google+
- Facebook raddoppia i ricavi
- Sicurezza 7/7: I danni di DigiNotar, La lezione di WikiLeaks, I costi del cyber-crime, Sony assume esperto di sicurezza dopo il flop Pen

---

PuntoBlog.it – 21/06/2011

## Il mercato degli ebook in Italia

In tanti, e a vario titolo, guardavano (e guardano) con fiducia al mercato degli ebook. Erano fiduciosi gli scrittori, quelli affermati e quelli esordienti o aspiranti tali; erano fiduciosi gli editori, che avrebbero abbattuto le spese fisse; erano fiduciosi i lettori, per la possibilità, a loro molto gradita, di potersi portare dietro comodamente centinaia di titoli.

Le analisi statistiche sono state un brusco risveglio.

Il mercato italiano degli ebook, secondo una recente statistica, in Italia non vale che lo 0,1% del totale. Un decimo dell'1% !! chi aveva previsto una rivoluzione deve fare i conti con la lentezza italiana a percepire e a partecipare alle rivoluzioni.

Tanto per dire in Inghilterra la fetta è del 3% mentre negli States si sale al 9% che fa 30 e novanta volte quello che succede in Italia.

Evidentemente i guru delle nuove tecnologie hanno preso un abbaglio gigantesco profetizzando per il 2011 ben altre quote, addirittura un sostanziale pareggio.

Il caro, vecchio libro si sta rivelando duro a morire; o sono i lettori a non provare le stesse sensazioni con un tablet in mano? Questo fattore emotivo l'hanno messo in conto, ma evidentemente ne hanno sottovalutato l'impatto e la forza. Ma esistono dei fattori più oggettivi al di là di quelli, importantissimi, psicologici?

Secondo alcuni "esp", è singolare che la parola esperto abbreviata possa significare anche ESP (extra sensorial perception), il "ritardo" italiano è dovuto fondamentalmente al fatto che in pochi hanno un eReader di qualità come il Kindle, al fatto che non esistono grossi store e, fattore forse decisivo, al fatto che in Italia si legge poco, molto poco. Una percentuale enorme di persone compra un solo libro l'anno, in estate o a Natale. E non lo legge!!

Con queste premesse non è peregrino pensare che anziché spendere i soldi per un eReader gli stessi vengano usati per appagare altri bisogni comprando cellulari, profumi o vestiti.

<http://www.techpoint.it/3595/ebooks-rcs-libri-e-google-sfidano-mondadori-e-amazon.html>

## TechPoint

Just another WordPress site

[Home](#)[Informazioni](#)[Siti Amici](#)

Posted on August 5, 2011 by AntonioP

[← Previous](#) [Next →](#)

# eBooks: RCS Libri e Google sfidano Mondadori e Amazon

 logo dedicato al settore dei libri elettronici

Dopo l'accordo in campo eBooks tra Amazon e Mondadori, anche l'altro colosso del mondo dei libri stipula un vantaggioso accordo, stiamo parlando di RCS Libri che in queste ore ha stretto una partnership con Google rendendo disponibili ben 12 mila opere per il market online del colosso del web. La sfida di Mondadori è quindi stata raccolta da RCS Libri che ha avuto il coraggio di mettersi in gioco e sfidare a bordo di un altro cavallo di razza il binomio Mondadori Amazon. La sfida si preannuncia accesissima, gli eBooks sono il futuro, questa affermazione arriva dal fatto che il mercato dei libri elettronici sta spopolando sempre più e molti utenti passano dalla versione cartacea a quella multimediale per vari motivi.

PMI.it – 04/08/2011

## e-Book: buone le vendite in Italia

Mercato e-Book in ascesa: vendite triplicate per Bruno Editore, download di titoli a pagamento nel futuro dell'editoria multimediale italiana?

**Il mercato degli e-Book in Italia** non è mai decollato, diciamocela tutta: i numeri erano e restano bassi, ma almeno il trend indica un discreto **incremento delle vendite**. Sono ottimistici i numeri di Bruno Editore, infatti, che nel primo semestre 2011 ha registrato **download triplicati** per i libri digitali a pagamento: oltre 40mila, contro i 10mila del primo semestre 2010 (+300%).

«Con un solo store e con un solo marchio editoriale, abbiamo venduto oltre **133.000 ebook**, di cui 80.000 solo nell'ultimo anno» ha spiegato Giacomo Bruno, Presidente del gruppo, tra i più dinamici del comparto.

L'**utenza professionale degli e-book** è ancora assai limitata: prendendo a campione i clienti Bruno Editore, solo il 7,39% sono aziende. Un limite dovuto solo in parte alla disponibilità di libri digitali destinati ad un utilizzo business e lavorativo, a cui il mercato indirizza sostanzialmente letture di rapida fruizione o documenti di approfondimento (Report, White Paper, ..) non ancora venduti in veste di e-book veri e propri. Da cambiare ci sono ancora la mentalità e gli strumenti quotidiani per la formazione.

Certo, il nuovo fermento sul mercato editoriale - complice la legge Levi - sta indirizzando gli operatori verso la **grande distribuzione** e verso un meccanismo che sfrutti le economie di scala per trainare questo business ancora giovane. Una strategia che interessa anche Bruno Editore, che spiega: «stiamo lavorando ad una **nuova piattaforma** per la vendita di ebook di tutti i generi e di tutti gli editori, insieme ad un partner importante. Partiremo a Ottobre 2011 con una base di 350.000 clienti che già conoscono ampiamente gli ebook».

Su 200mila lettori registrati sull'e-shop di Bruno Editore, la gran parte degli utenti risultano ancora **uomini**, soprattutto in ambito **ebook per la formazione**, ha spiegato Viviana Grunert, Direttore Generale, che però ritiene lo scenario in evoluzione: «entro uno o due anni anche le donne ne faranno largo uso, specie con l'ampliarsi della scelta». (**Sesso**: Uomini 70,27%; Donne 22,34%; Aziende 7,39%. **Età**: 0-18 0,26%; 18-25 6,14%; 26-35 24,26%; 36-55 55,49%; 56-100 13,85%).

<http://www.pmi.it/lavoro-e-imprenditoria/news/9573/e-book-buone-le-vendite-in-italia.html>

Cerca:  [Trova](#)

Home News Articoli Tutorial White Paper Cifre Eventi Appalti Download Blog Sondaggi Video

SOLO CON WIND BUSINESS  
TUTTO A 25€ AL MESE PER DUE ANNI
SCOPRI DI PIÙ

CANALI  
[Contabilità e Fisco](#)  
[Finanziamenti](#)  
[Green Economy](#)  
[Hardware](#)  
[Lavoro e Impresa](#)  
[Leggi e Norme](#)  
[Marketing](#)  
[Networking](#)  
[Project Management](#)  
[Sicurezza](#)  
[Software](#)  
[TLC e Mobile](#)

Homepage » Lavoro e Impresa » News

### e-Book: buone le vendite in Italia

di Redazione PMI.it  
giovedì 4 agosto 2011

Mercato e-Book in ascesa: vendite triplicate per Bruno Editore, download di titoli a pagamento nel futuro dell'editoria multimediale italiana?

**Il mercato degli e-Book in Italia** non è mai decollato, diciamocela tutta: i numeri erano e restano bassi, ma almeno il trend indica un discreto **incremento delle vendite**. Sono ottimistici i numeri di Bruno Editore, infatti, che nel primo semestre 2011 ha registrato **download triplicati** per i libri digitali a pagamento: oltre 40mila, contro i 10mila del primo semestre 2010 (+300%).

con Randstad le aziende

«Con un solo store e con un solo marchio editoriale, abbiamo venduto oltre **133.000 ebook**, di cui 80.000 solo nell'ultimo anno ha spiacato Giacomo

"L'alluvione che ci ha colpito poteva fermarci. Ma grazie all'aiuto immediato di Zurich, siamo ripartiti subito."  
Massimo Nelli, Presidente, Eurcyacht Srl

**Gli Speciali PMI.it**

**ORACLE** Sfruttare in modo efficace le risorse aziendali come hardware, database e sistemi legacy. Accrescere e potenziare i servizi ai clienti.

[Scopri come, grazie ad Oracle >](#)