



## MENU PRINCIPALE

- @
  - Veneto
    - Venezia
    - Belluno
    - Padova
    - Rovigo
    - Treviso
    - Verona
    - Vicenza
  - Foto-gallerie
  - Blogs
  - Opinioni
  - Richetti: il Dal Molin è tutta questione di giardino
  - Federalismo: Bossi sa solo sparare grosse
  - Riportiamo il maestro a scuola
- ### ARCHIVIO (REGISTRARSI)
- marzo, 2008
  - febbraio, 2008
  - gennaio, 2008
  - dicembre, 2007
  - novembre, 2007

@ • Veneto • Venezia • Imprese venete in ritardo su internet

## Imprese venete in ritardo su internet

domenica 28 settembre 2008 11:02

Gli imprenditori veneti parlano di federalismi, di congiunture, ma non hanno nessuna visione. E se lo fanno dire perfino da Google

Corriere del Veneto - PADOVA -

sezione: ECOVUOTA - data: 2008-09-28 num: - pag: 19

Massimo Favaro

Alla Rete appena l'1,8% degli investimenti pubblicitari **Il gigante Usa analizza i dati Nielsen: in regione quota più che dimezzata rispetto alla media nazionale «Occasione sprecata per piccole e medie imprese»**

VENEZIA — Solo le briciole vengono destinate a Internet nel budget pubblicitario delle imprese venete: complessivamente meno di 5 milioni di euro nel primo semestre di quest'anno. Ad affermarlo non è un improbabile studio di statistica ma il numero uno del settore: Google. Che, forte della leadership mondiale nelle ricerche sul web, parla di «opportunità sprecata per le piccole e medie imprese della regione».

Advertising e marketing in rete continuano a galoppare con ritmi di crescita a doppia cifra un po' in tutte le società avanzate, ma il Veneto sembra non essersene accorto. Secondo i dati elaborati dalla società di rilevazione Nielsen (leader internazionale nell'analisi del business pubblicitario) e presentati nel corso del convegno «Fare marketing in Rete per la piccola e media impresa» organizzato a Venezia da Sive Formazione, solo una quota residuale del budget pubblicitario delle imprese venete, che da gennaio a giugno 2008 ammontava a 265 milioni di euro, viene utilizzata per far conoscere prodotti e servizi attraverso Internet, contro i 129 milioni di euro spesi ad esempio per la trasmissione di spot televisivi.

«Le ultime stime Nielsen parlano di una percentuale di investimenti pubblicitari on line pari, in Italia, al 4% del totale: ma nel caso dell'area veneta questo dato - sottolinea Giorgia Longoni, direttrice marketing di Google Italia - scende sino all'1,8%. I cittadini veneti sono grandi utilizzatori del web ma le piccole realtà aziendali della regione non investono ancora in modo rilevante su Internet e per questa ragione - continua Longoni - limitano notevolmente il loro livello di competitività, sia a livello locale che nazionale ».

Una disattenzione per la rete evidente dal confronto con gli investimenti nelle regioni confinanti. Le imprese lombarde hanno speso infatti per una maggiore visibilità sul web oltre 70 milioni, pari al 4,15% del proprio budget; il 3,6% nel caso delle aziende del Trentino Alto Adige e il 5% per le imprese del Friuli Venezia Giulia. In linea con il Veneto è invece l'Emilia Romagna, dove è altrettanto forte presenza di Pmi, le quali spendono per banner ed altri strumenti promozionali quasi 6 milioni, pari all'1,8% del totale.

A scorrere la classifica dei top spender, lo scenario si fa, se possibile, anche più modesto: l'azienda più dinamica sul web, sempre secondo i dati Nielsen ripresi da Google Italia, è la filiale italiana del gruppo Volkswagen (la ex Autogerma con sede a Verona) con 1,2 milioni di euro spesi su internet nel primo semestre. Di veneto c'è poco, in realtà.

Segue il portale trevigiano Casa.it, controllato dalla Newscorp del gruppo Murdoch, con oltre 400mila euro investiti. Al terzo posto la padovana Dodotour (forse meglio nota nel settore turistico con il marchio Evolution Travel), con 300mila euro. Nella «top ten» troviamo poi società del settore automobilistico (la sede veronese di Honda Auto e la padovana AutoScout 24), alimentare (la sede veronese del gruppo Mul-ler), farmaceutico (la vicentina ZeroPiù), bancario (Unicredit Banca Impresa, oggi Unicredit Corporate Banking, con sede a Verona), elettrodomestici (la padovana Nims) e trasporti (la vicentina Volare Airlines).

A poche imprese, spesso grandi e controllate da gruppi stranieri, è legata la quasi totalità della spesa pubblicitaria on line delle imprese venete. Ma i risultati del Google Marketing Challenge, presentati nel corso del workshop veneziano, dimostrano che anche una spesa di poche centinaia di euro può

## ULTIME NOTIZIE

- Le stupidaggini diventano notizie
- Elezioni in Alto Adige
- Rapina in villa, forse una vendetta
- Rapine in banca, tre arresti
- Uccide il padre, smascherato all'obitorio
- Scontri fra immigrati
- Sicurezza sul lavoro, giornata provinciale
- Scontro fra auto, muore 22enne

## IMMAGIN-AZIONE



## RASSEGNA TI DAL WEB

### Federalismo in diretta: la versione romana

ancora stiamo al "roma ladrona"?! , ora basta, è ora di finirla. Non vi crede più nessuno, noi di Roma andiamo nei ristoranti vicino ai "Palazzi": è pieno di "onorevoli", anche, direi soprattutto leghisti!!!  
Tutti i danni che fanno al governo, ora di destra, li paghiamo soprattutto a Roma: manifestazioni contro il tal ministro (oggi!!!!), il traffico che provocano le macchine blu (ora grigie!! e plurimarche!!) e gli uffici pubblici dislocati in varie zone, i vari ministeri, non bisogna essere antirazzisti per capire (con il cervello) che Roma è costretta a spendere diversamente da Milano, Brescia Verona ...o Busto Arsizio!! , capito o no?? Bossi sembra che l'abbia capito, anche se non lo dirà mai ai suoi elettori! ma voi, elettori del nord, imparate a pensare da soli. A proposito, chissà se la Moratti, sindaco a