

# Indice

<b><i>Prefazione</i></b>	7
di Salvatore Rebecchini	

<b><i>Introduzione</i></b>	11
di Giada Mainolfi	

## Sezione I Economia digitale e nuove tecnologie del made in Italy

<b>I. L'economia digitale in Italia</b>	17
di Pier Luigi Belvisi	

<b>II. Robotizzazione e occupazione nei settori industriali: quale cambiamento strutturale per il made in Italy?</b>	37
di Andrea Gentili, Fabiano Compagnucci, Mauro Gallegati e Enzo Valentini	

<b>III. La tecnologia <i>blockchain</i> per proteggere la moda made in Italy: opportunità, applicazioni e sfide</b>	51
di Domenico Demarinis, Sara Cavagnero e Claudia Di Bernardino	

## Sezione II Digitalizzazione e nuovi modelli di business

<b>IV. La digitalizzazione dei sistemi informativi a supporto della comunicazione aziendale</b>	87
di Carlo Caserio e Sara Trucco	

<b>V. Ambiente di marketing e penetrazione dell'e-commerce: quali i fattori abilitanti?</b>	107
di Beatrice Luceri e Donata Tania Vergura	

<b>VI. Attori, processi e valore dell’<i>online food delivery</i>. Un’analisi su operatori e consumatori nel contesto italiano</b>	121
di Giada Mainolfi e Simona D’Amico	
<b>VII. La trasformazione digitale nel settore della moda di lusso made in Italy e il suo impatto internazionale: una <i>review</i> della letteratura</b>	147
di Caterina Francesca Ottobrini, Marta Massi e Lala Hu	
<b>VIII. Le misure fiscali a sostegno della digitalizzazione e del made in Italy</b>	179
di Vincenzo Carbone	

### Sezione III

#### *Sentiment, engagement* e immagine del made in Italy

<b>IX. Il ruolo delle <i>community online</i> nella definizione della propensione all’acquisto dei prodotti made in Italy: verso il <i>country brand engagement</i></b>	199
di Letizia Lo Presti, Giulio Maggiore, Vittoria Marino e Riccardo Resciniti	
<b>X. Immagine paese e canale digitale nelle strategie export delle imprese alimentari italiane di prodotti tipici: il caso della DOP Parmigiano Reggiano</b>	225
di Elisa Martinelli e Francesca De Canio	
<b>XI. Musei d’impresa e strumenti digitali di <i>stakeholder engagement</i>. Un’analisi dello scenario italiano</b>	247
di Maria Rosaria Napolitano, Angelo Riviezzo, Antonella Garofano e Giusy Mignone	
<b>Gli Autori</b>	275