



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

Iscrizione al Tribunale di Lucca N° 783 del 30/5-3/6/2003

N° 3 del 31/03/2009

PRIVACY

Privacy: al via la campagna di Microsoft

Microsoft ha dato il via ad una campagna per la privacy, MxP (Microsoft per la Privacy), al fine di offrire alle imprese italiane strumenti ed conoscenze in merito ad un argomento molto delicato per le aziende e che spazia dai problemi legati all'utilizzo di Facebook da parte dei dipendenti, alla gestione della sicurezza e a tutte le questioni collegate.

MxP consiste in pratica nell' allestimento di una nuova area del sito Microsoft dedicato le PMI, dove è possibile scaricare e personalizzare un disciplinare interno per regolamentare l'utilizzo delle risorse ICT.

Sono inoltre disponibili presentazioni utili alla formazione dei dipendenti sui vari aspetti della materia "privacy" corredate di video esplicativi.

Il sito offre infine un check up gratuito di sicurezza e privacy oltre, ovviamente, a presentare le soluzioni tecnologiche a firma "Microsoft" per affrontare la problematica in questione.

Per maggiori informazioni [clicca qui](#).

WEB MARKETING

E' l'e-mail marketing la chiave del successo nel 2009...

...e le Squeeze Pages lo strumento più efficace per incrementare le liste dei contatti

L'e-mail marketing è il canale promozionale più efficace: questo è quanto decretato da oltre l'80% degli esperti di marketing su cui Da Tran Media ha condotto il suo 3° Sondaggio Annuale sul Marketing & Media.

Era ormai appurato da tempo che l'e-mail fosse uno degli strumenti di promozione principali su Internet, ma l'attuale crisi economica che coinvolge tutti i settori e tutti i mercati sta mettendo ancora di più in evidenza gli **strumenti e le tattiche veramente efficaci** che le aziende dovranno adottare nel 2009 per assicurare la **crescita delle proprie attività online**.

Rispetto al 2008, il **72,5% delle imprese incrementerà l'uso dell'email marketing**. Ciò servirà ad implementare una migliore segmentazione e targetting ed utilizzare quindi le potenzialità dell'email per incrementare le vendite.

Nell'ottica del vecchio principio di marketing "*the money is in the list*", nell'anno in corso **la metà degli esperti di marketing** dedicherà una parte delle proprie risorse alla **crescita delle liste di iscritti**.

Ebbene, lo **strumento ideale** per incrementare le liste di contatti – asset importantissimo di ogni attività on line – è rappresentato dalle **Squeeze Page**, tipo particolare di Landing Page che hanno come unico **obiettivo la raccolta del nome e dell'indirizzo email del visitatore**.

Per diffondere l'utilizzo di questo strumento gli autori del corso "*Mastering Landing Page*" hanno pubblicato un **white paper**

gratuito che presenta i **7 elementi chiave di una Squeeze Page di successo**.

Il **white paper può essere scaricato liberamente** dal sito masteringlandingpages.com: **LINK**

Scrivere per il web

Scrivere per il web e lo scrivere su carta sono due cose totalmente diverse perché diversa è la tipologia del lettore.

Chi utilizza Internet, a differenza del lettore tradizionale, in genere ha poco tempo e, leggendo su video, affatica facilmente la vista.

Questi sono solo due dei vari motivi per cui lo scrivere per il web deve rifarsi a regole ben precise.

Roma explorer propone alcuni **consigli pratici** ed indica alcuni **siti utili** in tal senso.

Alla pagina: http://www.romaexplorer.it/marketing/web-marketing/scrivere_per_il_web.htm

E-GOVERNMENT

Rimborsi IVA: on line il nuovo modello TR 2009

E' pubblicato sul sito dell'**Agenzia delle Entrate** il nuovo del [modello IVA TR 2009](#) per il rimborso/compensazione del credito IVA trimestrale, assieme alle relative [istruzioni per la compilazione](#). Il nuovo modello IVA TR, approvato con un provvedimento del 19 marzo in sostituzione a quello del 2008, va compilato e **trasmesso telematicamente** per poter accedere al **rimborso o utilizzo in compensazione del credito IVA** relativo al primo trimestre dell'anno d'imposta 2009 (1° aprile).

La struttura del modello è rimasta praticamente inalterata; le **novità** riguardano principalmente le istruzioni per la compilazione online e le [specifiche tecniche per l'invio web](#).

Il modello si rivolge a quei soggetti che nel primo trimestre 2009 hanno maturato un'**eccedenza di imposta superiore a 2.528,28 euro**, i quali dovranno inviarlo obbligatoriamente per via telematica entro l'ultimo giorno del mese successivo al periodo di riferimento.

Per controllare l'**avvenuta ricezione** da parte dell'Agenzia delle Entrate, gli utenti potranno consultarla accedendo alla sezione "*Ricevute*" del sito, ma ne riceveranno anche comunicazione dall'Agenzia stessa.

E-COMMERCE

Convegno nazionale del Commercio elettronico AICEL. Desenzano del Garda, 15 e 16 maggio.

La fiducia nell'e-commerce il tema centrale del convegno

A Desenzano del Garda, venerdì 15 maggio e sabato 16 maggio, l'**Associazione Italiana del Commercio Elettronico – AICEL** – organizza il **Convegno Nazionale** del settore.

Il tema dell'evento sarà la Fiducia nell'e-commerce.

Durante le due giornate, rappresentanti delle istituzioni, esperti e operatori del settore affronteranno il tema di come sviluppare la Fiducia nell'acquisto on-line cercando di individuare strategie e soluzioni a supporto dell'intero mercato.

Per approfondimenti : <http://www.convegnoaicel.com>

Vendere in rete. Una guida al commercio elettronico per la vostra azienda

"Vendere in rete" è una **guida on line** pratica e di facile utilizzo **per le aziende che vogliono aprire un nuovo canale di vendita sfruttando la Rete**, edita dalla Provincia di Milano e curata da Alintec.

La guida affronta tutti gli aspetti che è indispensabile conoscere per commerciare via web: dalle informazioni di base per decidere se conviene vendere on line, agli aspetti legali e finanziari da tenere presente per evitare i "pericoli nascosti".

La pubblicazione comprende le seguenti sezioni:

- Sommario, Prefazione, Introduzione
- E-commerce: cosa significa vendere on line
- L'e-commerce fa per te?
- Per iniziare
- Dal carrello alla spedizione: cosa si nasconde dietro ogni "click"
- E' tutto pronto? E adesso fatevi trovare!
- L'azzecca e-commerce
- Attenzione al fisco
- Vendere all'estero

scaricabili anche singolarmente in formato .pdf all'indirizzo:
http://www3.provincia.mi.it/economia/collanaeditoriale/vendere_in_rete.html

Vendite on line: l'impatto per le Pmi italiane

Cresce il numero di imprese italiane presenti sul web ed aumentano le **transazioni via web**: il commercio elettronico potrebbe diventare un concreto strumento per la ripresa della crescita delle PMI nel nostro paese.

Allargare il business anche oltre i confini nazionali, **ridurre i costi di intermediazione** e **facilitare l'accesso a prodotti difficili da reperire** sono questi, nell'ordine, i **punti di forza del commercio elettronico**, un canale di vendita che può risultare davvero importante canale per le PMI, soprattutto nell'attuale difficile scenario economico.

E' questo lo scenario che emerge da una recente **ricerca commissionata da Paypal** e realizzata dalla **Doxa** su un campione di **603 imprese** con un numero di addetti compreso tra 1 e 50, **rappresentative delle PMI italiane**.

Obiettivi, target, contenuti e risultati della ricerca sono riportati nella **sintesi** pubblicata da spazioimpresa.biz.

Molto interessante, sicuramente da leggere: [LINK](#).

Commercio on line: nonostante gli ostacoli i cyber-consumatori aumentano

Il commissario Ue responsabile per i consumatori, Meglena Kuneva, ha recentemente presentato una nuova **relazione** sugli **"Ostacoli al commercio elettronico"**.

La relazione presenta **un'analisi dettagliata delle tendenze attuali in materia di commercio elettronico nei Paesi dell'Unione europea** con riferimento ai **prodotti più frequentemente acquistati** ed al **tipo di ostacoli** che consumatori ed aziende incontrano negli scambi on line.

Tra le categorie di **prodotti acquistati con maggiore frequenza** via internet troviamo quelli **informatici e quelli per lo svago e il tempo libero**.

La soddisfazione dei consumatori per gli acquisti via internet è in media superiore rispetto a quella relativa al commercio al dettaglio. Dal 2006 al 2008 la percentuale dei consumatori europei che hanno acquistato almeno un articolo via internet e' passata **dal 27% al 33%**.

Attualmente i consumatori che fanno **acquisti transfrontalieri** on line sono **solo il 7%** e questo divario si sta accentuando sempre di più invece di ridursi.

I paesi dove **acquistare on line è più popolare** sono quelli del nord, vale a dire **Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia ed Islanda** dove la percentuale degli utilizzatori di internet che hanno effettuato acquisti di prodotti e servizi on line è stata, nel 2008, del **91%**.

Bene anche per Regno Unito, Francia e Germania dove nell'ultimo anno **oltre il 50%** dei cybernauti hanno scelto internet per i propri acquisti.

Per quanto riguarda l'Italia questa si presenta, insieme alla Spagna, come un **mercato in rapida crescita**.

La relazione della DG consumatori individua inoltre **gli ostacoli allo sviluppo degli acquisti online nell'Unione europea**.

Il primo scoglio segnalato è quello delle **barriere linguistiche** che rappresentano tutt'oggi un importante problema per gran parte dei commercianti e degli acquirenti. E' evidenziata l'importanza dei **problemi logistici legati all'interoperabilita' dei sistemi postali e di pagamento** e le **difficoltà di accesso ad Internet** spesso legate alla disponibilità della **banda larga**.

Da sottolineare inoltre gli **ostacoli normativi** spesso ingiustificati sia a parere dei consumatori che delle aziende: tra questi, ad esempio, il **diritto al consumo**, le **regole in materia di Iva**, le leggi **sulla distribuzione selettiva**, la **tutela della proprietà intellettuale**.

Come sviluppare un sito di e-Commerce

Creare un sito e-commerce è possibile tramite svariate soluzioni: qual'è quella più opportuna ? L'articolo di Flaminio Ranzato pubblicato da giornaleinformatico.it spiega come individuarla.....

[LINK alla pagina](#)

PORTALI UE

Mediatore europeo: lanciato un nuovo sito per agevolare inoltre e smistamento delle denunce dei cittadini

E' stato inaugurato un nuovo **sito interattivo** che consentirà ai cittadini di tutta Europa, qualora ritengano che le istituzioni **europee** abbiano commesso un **errore o violato le loro stesse normative**, di poter chiedere al **Mediatore europeo** di condurre un'indagine per loro conto.

Il Mediatore - chiamato anche difensore civico - può **esaminare segnalazioni di iniquità, discriminazione, abuso di potere, omissione di informazioni, ritardi non giustificati e mancato rispetto delle procedure**.

In genere il Mediatore è in grado di trovare una soluzione accettabile per entrambe le parti.

Se però l'istituzione europea inadempiente non accetta le sue raccomandazioni, il Mediatore può rivolgersi al Parlamento europeo, che a sua volta può, se necessario, prendere un provvedimento di tipo politico.

In realtà soltanto un quarto delle 3 000 denunce ricevute ogni anno sono di competenza del Mediatore europeo. Le altre vanno trattate da organi nazionali o regionali.

Il nuovo sito appena inaugurato consentirà al denunciante di individuare l'autorità competente, facendogli risparmiare tempo e denaro, nonché la delusione di vedersi respingere la propria denuncia.

Il Mediatore viene eletto dal Parlamento europeo con un mandato rinnovabile di cinque anni. La carica viene attualmente ricoperta da Nikiforos Diamandouros, che aderisce alla [rete europea dei difensori civici](#), comprendente 31 paesi europei.

ULTIME DALL'UE

ICT ed efficienza energetica: la Commissione europea lancia una consultazione pubblica

La Commissione ha comunicato l'imminente avvio di una **consultazione pubblica** con l'**obiettivo di promuovere ed attuare una strategia comune ed omogenea** per tutti gli Stati membri **sull'efficienza energetica**.

L'**Unione Europea** invita gli stati membri a stabilire una serie di **impegni comuni** nell'ambito della lotta ai **cambiamenti climatici** puntando su un maggiore e più efficiente utilizzo delle tecnologie dell'**information and communication technologies** e delle **'tecnologie verdi'**.

I sistemi basati sull'ICT, infatti, sono in grado di **ridurre il consumo energetico** degli edifici del 17% e le emissioni di carbonio nei trasporti del 27%.

La consultazione che avrà termine nella prima metà del 2009 promuoverà una raccomandazione contenente misure più specifiche entro la fine dell'anno.

Viviane Reding, commissario alla Società dell'informazione spiega infatti che «queste nuove tecnologie sono in grado di portare a una riduzione complessiva delle emissioni di anidride carbonica del 15% entro il 2020».

Tra le tecnologie coinvolte l'uso dei **contatori intelligenti** che consentono una riduzione del consumo di energia del 10% oltre a fornire al consumatore una serie di informazioni relative ai consumi ed ai costi.

Un beneficio per l'economia in generale, come afferma la Reding: *«puntare a una crescita basata sull'efficienza energetica e la bassa emissione di CO₂, aiuterà l'Europa ad affrontare la sua più grande sfida: il cambiamento climatico, la sicurezza energetica e la crisi economica»*.

Unione europea e grandi imprese di high-tech promuovono l'impiego femminile nel settore delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione

In un momento particolare di crisi finanziaria globale come quello attuale il settore delle **Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni (TIC)** rappresenta una **fonte sicura di crescita** e di importanza cruciale per la **ripresa dell'economia**.

Si prevede che **entro il 2010 si verificheranno carenze di organico** di circa 300.000 ingegneri qualificati, con le donne che rappresentano meno di un informatico su cinque.

Cinque grandi compagnie europee e multinazionali del settore dell'informazione e delle telecomunicazioni, **ALCATEL-LUCENT, IMEC, ORANGE-FRANCE TELECOM GROUP, MICROSOFT e MOTOROLA**, hanno firmato un **codice di buone pratiche per le donne nel settore delle TIC**, alla presenza della commissaria Reding. Questo è il risultato di una serie di trattative con l'industria avviate dalla commissaria in occasione della Giornata internazionale della donna del 2008.

La Commissione europea ha già cercato di affrontare questa sproporzione nel 2007, incoraggiando le imprese del settore delle telecomunicazioni e di internet ad assumere un maggior numero di donne qualificate nelle TIC.

Con il codice di buone pratiche le cinque grandi compagnie hanno sottoscritto l'**impegno a fare di più per rendere attrattive per le donne le opportunità di lavoro nel settore delle alte tecnologie e a promuovere e sfruttare al meglio il potenziale femminile**.

Il codice ha lo scopo non solo di rendere appetibile il settore delle alte tecnologie alle studentesse delle scuole superiori o universitarie, ma anche di **promuovere e mantenere i posti di lavoro attualmente occupati dalle donne in questo settore** attraverso le **seguenti iniziative**:

- **creazione di laboratori o club informatici per ragazze;**
- **programmi di tutoraggio durante il congedo di maternità;**
- **aiuto concreto per conciliare la vita lavorativa con gli impegni familiari;**
- **forum e reti sulle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni per le donne, che aiutano nella ricerca di lavoro, offrono consulenza e tutoraggio;**
- **fissazione di obiettivi per le assunzioni e le promozioni di personale femminile a tutti i livelli**

La Commissione europea seguirà da vicino l'applicazione del codice ed effettuerà una **valutazione entro un anno**. *"Alle buone pratiche occorre affiancare la fissazione di obiettivi precisi. Un modo concreto di farlo è aumentare la rappresentanza femminile nei consigli di amministrazione delle imprese del settore delle TIC"*, ha affermato la commissaria Reding. *"Oggi solo il 7% dei membri dei consigli di amministrazione delle principali 116 imprese TIC sono donne. Il nostro obiettivo è raddoppiare questa rappresentanza entro il 2015."*

[Maggiori informazioni](#)

L'Unione europea punta sul Web per dar voce ai cittadini sulle questioni dell'ambiente. Anche la Regione Toscana partecipa con un suo progetto

La Commissione europea punta sulla '**democrazia digitale**' per dare voce ai cittadini dei 27 **su temi chiave come l'ambiente e i mutamenti climatici**.

Anche gli italiani sono in campo **con progetti come 'eMPOWER' e 'Ideal-EU'**, tra i protagonisti, tra l'altro, dell' '**e-participation day**', organizzato a Bruxelles dalla Commissione.

Il progetto eMPOWER, partito a gennaio del 2009, vuole far arrivare a politici nazionali ed europei le idee di organizzazioni non governative e cittadini su cambiamenti climatici, foreste, oceani, biodiversità e inquinamento.

Coordinato dall'Athens Technology Center, una società di It, vede tra i partecipanti tre organizzazioni ambientaliste, tre agenzie di stampa, tra cui l'Ansa, e due atenei universitari.

Altro progetto, con la Regione Toscana in prima fila, e' Ideal-Eu, partito nel 2008, che ha già organizzato un dibattito in diretta web con circa 500 ragazzi dai 16 ai 35 anni da Poitou-Clarents in Francia, a Firenze in Italia, alla Catalogna in Spagna.

Tra i risultati emersi già consegnati alla Commissione, il fatto che il 55% dei ragazzi non considera 'responsabile' promuovere impianti nucleari, il 54% pensa che le istituzioni locali e le aziende dovrebbero dare il buon esempio per ridurre i consumi energetici, mentre il 55% ritiene che negli edifici pubblici bisognerebbe ridurre gli sprechi legati al riscaldamento

PUBBLICAZIONI ON LINE

Etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari: on line il Vademecum Dintec

La Camera di Commercio di Lucca ha realizzato, tramite la società partecipata Dintec, un **Vademecum** di approfondimento sulla normativa comunitaria e nazionale in materia di **etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari**.

Il Vademecum, lanciato nel corso del seminario sull'etichettatura dei prodotti alimentari tenutosi il 9 marzo scorso, è rivolto agli **operatori del settore e a tutti gli interessati alla materia**.

E' diviso in **tre distinte sezioni** di pratica ed agevole consultazione, comprendenti rispettivamente:

- **un inquadramento generale** sui principi dell'etichettatura nel comparto alimentare e sulle fonti normative comunitarie e nazionali;
- **l'illustrazione dettagliata dei contenuti dell'etichetta degli alimenti** (informazioni obbligatorie, facoltative), delle diverse tipologie di etichettatura (etichetta nutrizionale, salutistica, ecc.) nonché dei contenuti informativi di particolari categorie di ingredienti o alimenti (allergeni, DOP/IGP, prodotti da agricoltura biologica, ecc.), con cenni al regime sanzionatorio;
- **esempi di corretta etichettatura** di singoli prodotti o categorie di prodotti.

Le informazioni sono completate da un'**appendice normativa**.

Il Vademecum è accessibile on line e liberamente scaricabile dal [sito camerale](#)

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Al via il progetto "Reti amiche" per l'accesso on line ai servizi della Pubblica Amministrazione

"**Reti amiche on the job**" è il titolo dell' iniziativa resa possibile grazie al protocollo d'intesa sottoscritto tra Ministero per la Funzione Pubblica e l'Innovazione e Unioncamere.

Grazie al progetto, l'accesso ai servizi della Pubblica Amministrazione - versare i contributi Inps, pagare il bollo Aci, il canone Rai ma anche le tasse, rinnovare il passaporto e la carta d'identità, prenotare una visita medica - diventa possibile direttamente **da imprese, uffici, ministeri, scuole**, grazie all'**apertura di terminali ad hoc**.

Poste e Tabaccai saranno invece il punto di riferimento per l'erogazione **dei servizi per cittadini e famiglie**.

Si tratta di un **grande passo in avanti nel mondo dell'innovazione** che interessa moltissimo anche gli italiani all'estero, i quali saranno facilitati nell'ottemperare ad impegni e richieste della Pubblica Amministrazione italiana.

Un codice di regolamentazione stabilirà i doveri della pubblica amministrazione nei confronti del cittadino, prevedendo sanzioni "gravissime" in caso di abusi da parte della P.a.

I primi terminali saranno attivi già **a partire dalla metà di maggio** e circa 16 milioni di dipendenti potranno così accedere telematicamente ai servizi della Pubblica Amministrazione. Il progetto punta a raggiungere i 100mila terminali al massimo entro la metà del 2010.

Per tutte le informazioni sul progetto e sulle opportunità offerte ai cittadini clicca su "[Reti amiche](#)"

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Il web: rischio o opportunità per la reputazione dell'azienda?

I manager sono preoccupati dell' **impatto del web sulla reputazione aziendale**.

E' la principale considerazione che nasce dalla lettura della ricerca "**Risky Business: Reputations Online™**" (www.online-reputations.com), realizzata *Weber Shandwick*, società leader nel settore delle relazioni pubbliche, in collaborazione con *The Economist Intelligence Unit*.

L'indagine è stata condotta per **valutare il monitoraggio e la gestione della reputazione** online da parte di un campione di **703 senior manager** che operano **in più di 20 industrie** diverse in **62 paesi del mondo** tra Nord America, Europa e Asia.

La ricerca, come illustrato dalla Weber Shandwick, ha rilevato che la **gestione della reputazione on line deve essere in testa alle priorità dei manager aziendali**.

I dirigenti sanno infatti che **il web** genera importanti opportunità ma anche nuovi ostacoli che possono **incidere su reputazioni consolidate nel corso degli anni**.

Una interessante sintesi ed analisi della ricerca è pubblicata da spazioimpresa.biz. [LINK](#).

SICUREZZA INFORMATICA

Navigare in sicurezza: McAfee pubblica un decalogo

McAfee ha pubblicato un **decalogo** con alcuni consigli per **navigare in sicurezza**, soprattutto quando **si acquista on line**.

In sintesi, secondo le regole di McAfee, bisogna **fare attenzione a truffe di phishing** mascherate da iniziative benefiche, alle **truffe bancarie via email** e alle **cartoline di auguri** che spesso includono link a siti malevoli. Si consiglia anche di stare all'erta contro eventuali **fatture fasulle**, ai **contatti sui social network** e agli **internet caffè**. E' bene anche proteggersi dal **furto di password** usandone diverse e creandone complesse e dai furti di identità online.

Infine, avverte McAfee, non lasciare incustodito il proprio laptop: le probabilità che venga sottratto sono 1 su 10 e il 97 per cento dei computer rubati non viene mai ritrovata.

Si consiglia di leggere il **decalogo completo di McAfee** per proteggerci in Rete; il decalogo è riportato interamente da comunicati-stampa.it: [LINK](#) .

[Sito McAfee](#)

Furti d'identità: Come difendersi

L'Adiconsum diffonde una guida pratica alla prevenzione contro un fenomeno che colpisce il 26% degli italiani

Il "**furto di identità**" ha luogo ogni volta che un'informazione viene ottenuta in modo fraudolento da un criminale per **assumere l'identità di un'altra persona al fine di compiere atti illeciti**.

La frode di identità può comportare l'apertura di conti correnti bancari, la richiesta di nuove carte di credito, l'utilizzo dei dati personali della vittima per l'acquisto di beni, servizi o altri vantaggi finanziari.

L'**Adiconsum** ha attivato una serie di azioni per diffondere **suggerimenti e norme di prudenza** che possono aiutare a non finire nella rete dei truffatori che si appropriano indebitamente dei dati personali altrui per commettere reati.

Con il furto di identità, sottolinea l'associazione per la difesa dei consumatori « *Un criminale può utilizzare le vostre informazioni personali per acquistare beni (auto, elettrodomestici, beni durevoli in genere) accendendo un finanziamento, acquistare servizi di telefonia mobile o aprire un conto corrente bancario a vostro nome. In tali situazioni può essere seriamente compromessa la vostra reputazione creditizia e potreste non accorgervi del furto finché non siano registrati addebiti ingiustificati nel vostro estratto conto o, ancora peggio, finché non vi vengano spedite ingiunzioni di pagamento dall'istituto o società che ha erogato il credito.*

Fra le azioni attivate da Adiconsum per ridurre le probabilità di cadere nelle mani di questi truffatori, c'è l'implementazione di un **sito informativo "ad hoc"**, dove si parla di **furto di identità a tutto tondo**:

Cos'è il furto di identità - Come avviene - Quali sono le dimensioni del fenomeno - Come prevenire le frodi di identità - Cosa fare quando si scopre di essere una possibile vittima - Diritti e doveri delle aziende.

Davvero utile, per tutti.

LINK al sito: <http://www.furtoidentita.com>

Fenomeno Cybersquatting: in crescita il furto dei domini

E' il **cybersquatting**, ovvero lo sfruttamento di nomi di aziende e celebrità attraverso l'occupazione abusiva dei domini e quindi di siti che ne riportano il nome, l'**ultima dilagante tendenza del crimine informatico**.

A lanciare l'allarme è la **World Intellectual Property Organisation (WIPO)**, che ha segnalato un **aumento dell'8% delle denunce** rispetto ad un anno fa, per un totale di 2.329 casi di cybersquatting.

Il **settore più colpito** è stato quello **farmaceutico**, che è stato letteralmente preso di mira, con una crescita di siti che vendono medicinali a marchio protetto. Seguono i settori **bancario e finanziario, internet e le telecomunicazioni**.

Ma il fenomeno non è destinato a fermarsi. Anzi.

L'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (**Icann**), ente internazionale no profit che dal 1998 gestisce il sistema degli indirizzi web col suffisso ".com" e ".gov", ha infatti **annunciato l'introduzione di nuovi domini di primo livello generici (gTLD)**, cioè delle alternative ai suffissi ".com" o ".net", che permetteranno un'ampia **crescita del numero degli indirizzi web** e, di conseguenza, una **maggiore difficoltà di controllo e monitoraggio** della rete per chi detiene nomi e marchi.

L'effetto sarà quello di **moltiplicare gli indirizzi web registrabili**, anche da parte dei "cybersquatter".

Ma una **nota positiva** c'è.

Dal punto di vista normativo, esistono attualmente numerose **leggi atte a garantire un buon margine di successo alle azioni legali intentate dalle parti in causa**. Secondo i dati pubblicati dalla WIPO infatti, il 30% delle querele riesce ad essere risolta senza l'intervento del tribunale, mentre sono numerose le possibilità di vittoria dei querelanti per le restanti.

APPUNTAMENTI

La Fattura Elettronica come strumento di efficientamento per l'operatività delle PMI . Roma, 7 maggio 2009

L'evento, organizzato dall'**ABI** (Associazione Bancaria Italiana) dal **Consorzio CBI** (Customer to Business Interaction) e dalla **CNA Roma**, si propone di **informare le PMI relativamente alle novità in tema di Fattura Elettronica**, sia dal punto di vista normativo sia sotto il profilo dell'operatività aziendale, come processo di integrazione dei processi logistico-commerciali e finanziari.

In particolare, a seguito dell'attuazione della Direttiva 115/2001/CE in Italia con D.Lgs. 52/2004 e decreti attuativi successivi, le imprese possono dematerializzare i propri processi logistico-commerciali con quelli finanziari ottenendo notevoli risparmi di costi nonché una maggiore efficienza dovuta all'integrazione dei suddetti processi. In tale ambito **il canale CBI si attesta come uno dei canali di veicolazione della fattura elettronica** che permette la riconciliazione automatica della fattura e del pagamento,

associando alla fattura elettronica ulteriori servizi finanziari (es. anticipo fattura).

Anche in relazione all'obbligo per le imprese fornitrici della P.A. di utilizzo di fattura elettronica (attualmente in corso di definizione normativa da parte dell'Agenzia delle Entrate), il CBI rappresenta un ulteriore **canale di efficienza nel processo di dialogo con la P.A.**

L'iniziativa potrebbe comprendere tra i relatori:

- Il Consorzio CBI e l'ABI – per gli aspetti di integrazione del ciclo fatturazione-pagamento;
- la CNA Roma per gli impatti della fattura elettronica sull'operatività delle PMI
- il Politecnico di Milano – per l'analisi dei dati della ricerca su fattura elettronica e dematerializzazione, con relativi benefici/costi),
- l'Agenzia delle Entrate per gli aspetti normativi;
- alcuni case study di aziende/consorzi che hanno già intrapreso progetti di dematerializzazione e di fattura elettronica

Destinatari: Imprese, Pubblica Amministrazione, settore bancario

La partecipazione è libera e gratuita fino ad esaurimento posti.

Per info: e-mail: I.fratinipassi@abi.it Telefono: 06/6767466

FORUM INNOVAZIONE E TECNOLOGIA. Innovazione in tempo di crisi: ritorno ai fondamentali.

Milano, 7 aprile. Sede del Sole 24 Ore. Via Monte Rosa, 91

Perché l' **innovazione tecnologica** è una **leva prioritaria** per le aziende in un periodo di crisi?

Per creare **efficienza gestionale** e **organizzativa** è necessario investire in innovazione e in tecnologia, in un'ottica di rilancio del business.

Ma su quali progetti puntare?

Il Forum, organizzato da Microsoft in collaborazione con Il Sole 24 ORE, vedrà la preziosa testimonianza di **Jean Philippe Courtois, Presidente di Microsoft International e Senior Vice President di Microsoft Corporation**, per dare **risposte concrete** ai **decisori aziendali**: quali **scelte strategiche** sono necessarie per garantire **supporto** al **business** e **investire** sul **futuro**.

Questi i temi trattati:

- **Regole e strumenti per il rilancio dell'economia**
- **Nuovi scenari e prospettive: perché gli investimenti in tecnologia devono continuare?**
- **TAVOLA ROTONDA Innovare in tempo di crisi per essere competitivi**
- **La gestione delle informazioni: come rendere più efficaci le relazioni fra aziende e clienti?**
- **Aumentare la produttività facilitando la collaborazione tra le persone**
- **Ridurre i costi e ottimizzare le risorse esistenti: come realizzare nuove economie di servizio**

La partecipazione all'evento è libera e gratuita fino ad esaurimento posti.

PER ISCRIVERTI CLICCA QUI

Per maggiori informazioni e iscrizioni: www.formazione.ilsole24ore.com/foruminnovazione oppure Tel. 02.4587.020

Estensione ed evoluzione della rete. Wlan Business Forum 2009. Milano, 7 aprile

Nuovi **approcci alle reti wireless** promuovono la diffusione di servizi sempre più integrati, diventando vero e proprio motore di sviluppo socio-economico.

Quale sarà il passo successivo nell'**evoluzione della rete**, e correlativamente, quali le nuove opportunità di business per gli operatori TLC?

Di questo e altro si discuterà in occasione della **decima edizione di Wlan Business Forum** in programma il 7 Aprile a Milano.

Info e registrazione gratuita: www.wlanforum.eu



La newsletter "Net economy" è parte del progetto CINEMA (Central Italy Network to Enhance coMpetitive business Activities), cofinanziato dalla Commissione Europea.