



Unioncamere  
Toscana

# Newsletter Net Economy

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

N° 6 del 29/06/2009

## NOMI A DOMINIO

### Nel 2010 siti Web di marca con dominio personalizzato

*Le aziende potranno sfruttare il proprio brand usandolo al posto delle attuali estensioni. Per le piccole, localizzazione di settore o geografica*

Poche aziende lo fanno, ma presto potranno utilizzare il **proprio nome** nei siti web **al posto delle estensioni come .com, .org, o .net.**

Nel 2010, quando i **domini Internet** verranno **liberalizzati**, società come Nike o Microsoft avranno la possibilità di sfruttare meglio il proprio brand, oltre a consentire di **contrastare l'utilizzo non autorizzato del nome** dei marchi tramite le oltre 280 estensioni dei domini Internet attualmente esistenti.

L'**Icann**, organizzazione che gestisce l'assegnazione degli indirizzi Web, inizierà ad accogliere le richieste di nuovi domini a partire dall'anno prossimo e **prevede** di ricevere **tra le 300 e le 500 richieste** nel primo trimestre, al **costo di 185.000 dollari.**

Le **società più piccole**, sfavorite dal prezzo "salato", potranno utilizzare estensioni più specifiche per i propri siti web in base al settore o alla **localizzazione geografica**, come .london o .paris.

Secondo un'indagine svolta per Gandi.net, però, **la maggioranza** delle compagnie **non è a conoscenza** di questo cambiamento.

Articolo tratto da "[La Stampa.it](http://LaStampa.it)"

## NORMATIVA

### Il dominio spetta al titolare del marchio

*Dopo il caso Armani un'ordinanza del Giudice di Firenze ribadisce che in caso di presenza di un marchio registrato il relativo dominio passa al titolare del brand*

**Un dominio internet attivato con il nome di un marchio già registrato è stato trasferito ai titolari del marchio.**

E' l'esito di **un'ordinanza del giudice di Firenze** che ha accolto le richieste di una casa editrice toscana la quale, dopo aver registrato il nome di una rivista - non ancora pubblicata - ha fatto ricorso contro una concorrente che utilizzava lo stesso nome per pubblicizzare un proprio periodico e per il relativo indirizzo internet.

*"Il giudice - ha spiegato l'avvocato Barbara Gualtieri, che ha firmato il ricorso - ha applicato una legge del 2005 sulla proprietà industriale, in base a cui, quando si attiva un sito internet, in particolare se destinato ad attività commerciale, non solo bisogna verificare che il domain name non sia occupato, ma è anche necessario che il nome non coincida con un marchio registrato da altri".*

All'altra casa editrice è stato quindi inibito l'uso del marchio anche per pubblicizzare il periodico, registrato con un nome diverso.

*"E' una delle prime ordinanze - spiega l'avvocato Gualtieri - in cui si applica la legge del 2005 con cui, in pratica, vennero recepite sentenze, come quella sul caso Armani, che riconobbero a marchi noti il diritto di utilizzare i loro nomi per il sito internet".*

Il citato caso Armani citato risale al 2003 quando la nota casa di moda, con una causa legale, aveva strappato il dominio "Armani.it" al timbrificio Armani che l'aveva registrato precedentemente. La sentenza del giudice del Tribunale di Bergamo aveva dato ragione alla Giorgio Armani SpA dichiarando illegittimo il dominio "*armani.it*" nelle mani del timbrificio di Luca Armani

### **E-commerce e vincoli amministrativi**

Per svolgere la propria attività di vendita via internet, commercianti ed imprenditori **devono sempre presentare al Comune di residenza la preventiva comunicazione di inizio attività e la dichiarazione di non avere la fedina penale compromessa da condanne gravi, pena la multa**. A pagare è sempre e solo il proprietario del sito, anche se i prodotti in vendita non i suoi.

Lo ha ribadito la Cassazione (sentenza 12355) a seguito di un **ricorso** – respinto, ovviamente – del titolare di un sito web al quale è stata notificata un'ingiunzione di pagamento perché, attraverso il proprio sito "vetrina" era possibile acquistare prodotti tipici locali confezionati dalla società del figlio del proprietario del dominio Internet.

La sentenza della seconda sezione civile della Corte Suprema ha di fattostabilito che in ogni caso **il titolare del punto vendita**, "è obbligato a comunicare preventivamente l'avvio dell'attività all'amministrazione competente" che dovrà "verificare il possesso dei requisiti previsti dalla disciplina del commercio". La documentazione è quella prevista dal decreto legge 114 del 1998.

## **E-GOVERNMENT**

### **Pratiche online con il Portale dell'Automobilista**

Realizzato dal Ministero Infrastrutture e trasporti, è on line il **Portale dell'Automobilista** che offre un'ampia serie di **servizi per cittadini e imprese**.

In pratica, tramite registrazione al portale, si potrà **accedere on line ai servizi di pagamento per oltre 200 tipologie di pratiche**; consultare lo **stato dei punti patente** e le **modalità di duplicazione** in caso di furto o smarrimento; verificare la **lista dei veicoli di proprietà** e le **pratiche in corso**.

Il portale, che potrà gestire 40 milioni di pagamenti e 25 milioni di pratiche l'anno, propone una **sezione dedicata alle novità** che riguardano il mondo dei trasporti e **un'altra dedicata a specifiche tipologie di utenza** come **cittadini, imprese, agenzie, autoscuole, istituti scolastici, medici, case costruttrici e altro**.

Per le imprese è previsto il **pagamento online dei bollettini relativi alle pratiche Dtt**, la compilazione della modulistica, oltre a numerosi servizi informativi, quali la **ricerca delle officine autorizzate** o il **tariffario pratiche**.

### **Fisco: dichiarazioni on line con unicoweb e unicowebmini**

La **dichiarazione online raddoppia** e diventa ancora piu' alla portata di tutti. "**Unico mini**" sbarca su internet e si affianca a Unicoweb, il prodotto per la compilazione del modello Unico PF ordinario, che compie un anno.

Anche i contribuenti con i redditi piu' comuni, che da quest'anno possono utilizzare il modello supersemplificato "Unico mini", possono cosi' **compilare e trasmettere la dichiarazione dei redditi comodamente da casa**, seduti al proprio pc. Per usarlo basta avere un **computer e un collegamento a internet** e non c'e' bisogno di scaricare alcun software.

L'Agenzia delle Entrate da' le necessarie informazioni (in tre mosse) per la compilazione garantendo semplicita' e comodita' ma avverte: occorre pero' prima avere un **codice pin**, che puo' essere richiesto tramite il sito internet dell'Agenzia - [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it) - compilando un apposito modello.

In alternativa, il pin puo' essere richiesto presentandosi, con un documento di riconoscimento, presso un qualsiasi ufficio dell'Agenzia.

Anche il **call center delle Entrate** - che risponde al numero 848.800.444 - e' a disposizione dei contribuenti che vogliono 'accreditarsi' per poter utilizzare i servizi online dell'Agenzia.

## E-COMMERCE

### Come migliorare l'e-commerce

L'e-commerce cresce in Italia a ritmi stabili e sostenuti, rappresentando una solida opportunità per le piccole e medie aziende.

Nel 2008, infatti, secondo i dati dello studio Politecnico di Milano-Netcom **il fatturato delle transazioni on line è cresciuto del 18%** ed il numero delle **imprese attive nel settore del commercio elettronico è cresciuto del 343% rispetto al 2007**.

Il dato diventa ancor più rilevante se si considera che **il 71% delle nuove imprese sono di tipo individuale**.

L'incremento positivo si spiega con la **ritrovata fiducia nelle vendite via web** e la consapevolezza del risparmio garantito dalla maggiore competitività di un mercato aperto e dinamico.

Nonostante tale crescita, **l'Italia si ritrova ancora in una situazione svantaggiata** rispetto al resto d'Europa a causa di **fattori** tra cui: gli elevati costi di spedizione e connettività, la carenza di aree pubbliche dotate di accesso Wi-Fi e la scarsa diffusione dell'Adsl, ancora limitata in molte aree del territorio.

Dallo studio presentato a Napoli nel corso dell'incontro **"Dall'e-commerce al business - Istruzioni d'uso per aprire (e far rendere) un'attività su internet"** (organizzato da **Campania Start-up**), emergono la forte particolarità e alcuni caratteri di **arretratezza dell'e-commerce italiano**:

il fatturato del Business to business rappresenta solo il 5 per cento del fatturato totale, e ben il 34 per cento delle filiere merceologiche si concentra nel settore automobilistico (e quindi in qualche modo dipende da esso).

La dipendenza da uno specifico settore cresce se si parla del **B2C**, dove ben il **66 % delle transazioni on line riguarda il turismo**. Inoltre, **solo il 20 % di chi utilizza internet compra on-line**, mentre negli altri Paesi le percentuali sono decisamente maggiori: si va dal **57 % della Francia** al 60 della Germania e al 70 per cento del Regno Unito.

**L'Italia è in ritardo anche per la frequenza temporale degli acquisti**, nel nostro Paese concentrati dal lunedì al venerdì, mentre in Francia, durante il weekend, segno che mancano le connessioni.

### Ma allora come favorire la diffusione dell'e-commerce e rendere profittevole l'attività?

Dalle ricette presentate dai relatori del convegno (Antonio Ascione - Sms Engineering, Carlo Sorvillo -The net, Dario Cortese -Tlc-Eldo e Francesco Scaramuzza -gruppo Scaramuzza) emergono **alcuni valori comuni e indispensabili**:

*efficienza del servizio - reso gratuito -personalizzazione del prodotto -consulenza commerciale per l'orientamento all'acquisto-tempi di consegna -consegna al piano e al sabato -promo e campioni omaggio -pagamenti rateali.*

### E come valutare i siti del commercio on line?

**Indicatori interessanti**, come sottolineato da Michele Mastroianni, della Seconda Università di Napoli, sono:

*la comprensibilità sintattica e lessicale -leggibilità del carattere -navigabilità -velocità di connessione -contrasto dei colori -posizione e velocità di scorrimento delle pagine -raggiungibilità del sito e presenza di aiuti e supporti per la navigazione.*

### Creazione d'impresa: dal Business Plan all'eCommerce

Per tradurre una buona idea in progetto imprenditoriale non basta scegliere solo una forma giuridica per "mettersi in affari": servono un **buon piano d'impresa** e **le soluzioni IT più adatte** a massimizzare gli investimenti.

Vi proponiamo, in quest'ottica, le "dritte" suggerite da Matteo Aldamonte nel suo pezzo **"Creazione d'impresa: dal Business Plan all'eCommerce"**, scritto per Pmi.it e disponibile alla pagina:

<http://www.pmi.it/lavoro-e-imprenditoria/articoli/4739/p1/impresa-dal-business-plan-allemcommer.html>

## ULTIME DALL'UE

**Internet più sicuro (Safer Internet): sulla Gazzetta europea pubblicato nuovo bando**

Sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea dell'11 Giugno 2009 - serie C 132/10 ( modificata in alcuni punti con Guce C 138), é stato pubblicato un [Invito a presentare proposte per azioni indirette nell'ambito del programma comunitario pluriennale per la protezione dei bambini che usano internet e altre tecnologie di comunicazione \(Safer internet, internet più sicuro\)](#).

La dotazione di bilancio indicativa per il presente invito, nel quadro del bilancio 2009, ammonta a **9, 333** milioni di euro di contributo comunitario.

Le sovvenzioni destinate alle proposte pervenute in risposta al presente invito saranno concesse mediante convenzioni di finanziamento.

Dopo la valutazione delle proposte, sarà stilato un elenco delle proposte da finanziare. Questo elenco può essere corredato da un elenco di riserva di proposte di qualità sufficiente, che saranno finanziate se saranno disponibili stanziamenti di bilancio.

La Guida, il programma di lavoro, eventuali ulteriori informazioni in merito al presente invito si possono ottenere sul [sito web del programma Safer Internet](#) rivolgendosi al seguente indirizzo:

Commissione europea - Direzione generale Società dell'informazione e media

Safer Internet

Edificio EUFO 1195

Rue Alcide de Gasperi

2920 Luxembourg

LUXEMBOURG

E-mail: [saferinternet@ec.europa.eu](mailto:saferinternet@ec.europa.eu)

Fax +352 4301-34079

**Termine ultimo per la ricezione di tutte le proposte: ore 17.00 del 19 novembre 2009 (ora locale di Lussemburgo).**

Le proposte devono essere preparate utilizzando i moduli allegati alla Guida del proponente e inviate alla Commissione su supporto cartaceo in un (1) originale e cinque (5) copie, assieme ad una copia elettronica su CD-Rom, al seguente indirizzo:

Commissione europea - Direzione generale Società dell'informazione e media

Safer Internet

Edificio EUFO 1194

Rue Alcide de Gasperi

2920 Luxembourg

LUXEMBOURG

### **Pubblicato il bando 2009 CIP ICT: Sovvenzioni alla politica in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione**

*Le sovvenzioni saranno concesse ai progetti pilota che implementano la diffusione e un uso ottimale delle TIC da parte dei cittadini, dei governi e delle imprese in almeno 4 diversi Stati partecipanti.*

Sulla GUUE, serie C, n. 125 del 05/06/2009 è stato pubblicato [l'invito a presentare proposte](#) - CIP-ICT PSP-2009-3bis - per il sostegno alla politica in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione a valere sul programma quadro per la competitività e l'innovazione 2007-2013.

Il programma di sostegno alla politica in materia di TIC mira a **stimolare l'innovazione e la competitività** in risposta alle crescenti esigenze della società **attraverso una più ampia diffusione e un uso ottimale delle TIC da parte dei cittadini, dei governi e delle imprese**, offrendo opportunità di mercato più ampio e migliori servizi soprattutto per le PMI.

L'**obiettivo** è quello di migliorare i servizi pubblici e la qualità della vita ottimizzando l'utilizzo delle risorse disponibili del programma e completando e adeguando la normativa nazionale e regionale e delle altre iniziative dell'UE coerentemente con lo sviluppo sostenibile e le priorità europee per realizzare una società europea dell'informazione che sia basata sull'inclusione.

L'azione 3.5 e-partecipazione intende dare ai cittadini un processo decisionale trasparente nell'UE.

A tal fine **potranno essere presentati da un consorzi** che comprendano tutti gli attori chiave necessari per l'installazione del servizio (provider, imprese, organizzazioni rappresentative degli organizzatori finali) **progetti pilota tipo B** che si concentrano sulle **attività di ricerca che implementino i servizi già esistenti in almeno 4 diversi Stati partecipanti**.

Il **contributo potrà coprire fino al 50% dei costi ritenuti ammissibili**, per un importo medio di 2 milioni di euro.

Tutti coloro interessati a partecipare devono inviare la propria candidatura tramite il sistema elettronico **EPSS**, entro e non oltre il **23 settembre 2009**.

La documentazione relativa all'invito è disponibile sul sito web: [http://ec.europa.eu/ict\\_psp](http://ec.europa.eu/ict_psp). Per avere informazioni e chiarimenti sull'invito è inoltre possibile contattare: [info-ict-ppsp@ec.europa.eu](mailto:info-ict-ppsp@ec.europa.eu) oppure partecipare alla giornata informativa che si terrà il 1° luglio 2009 a Bruxelles.

## STUDI, RAPPORTI, ANALISI

### Gli Italiani ed internet: tutti matti per instant messaging e social network

Microsoft Italia e Nextplora hanno condotto l'indagine "**Osservatorio sull'Instant Messaging in Italia**", finalizzata ad analizzare il **rapporto che intercorre tra gli italiani ed il web**.

Secondo lo studio gran parte degli internauti utilizza il web per l'informazione e la politica e va matto per l'instant messaging ed isocial network...

La sintesi dei contenuti dell'indagine sono riportati *da* Notebookitalia.it, fonte della notizia.

Per leggere [clicca qui](#).

### Le PMI italiane sono poco consapevoli delle opportunità dell'e-business

*I risultati del Primo Osservatorio sull'e-business nelle imprese italiane*

Nel 98% dei casi, ancora si confonde l'e-business con la realizzazione di un sito aziendale. Il problema è che, di fatto, le **piccole e medie imprese italiane sono poco consapevoli delle opportunità che gli strumenti di e-business rappresentano**.

Ciò è quanto emerge dai risultati del **Primo Osservatorio sull'e-business nelle imprese italiane**, commissionato all'Istituto di ricerche Sinaptica da eBit Marketing and Retail Innovation.

Per svolgere la ricerca sono stati interpellati **120 top manager di Pmi operanti nell'industria, nel commercio e nei servizi**, ripartite per classi di fatturato.

Il **risultato è stato sconcertante** con percentuali alla soglia del 30% per un peso complessivo nell'ordine del 7% sul totale degli acquisti e si scende ulteriormente al di sotto del 30% quando si vanno ad analizzare gli strumenti più tipici del web 2.0 o addirittura il mobile, utilizzato solo nel 16% dei casi.

Tra le **motivazioni** alla base di questa riluttanza a utilizzare e di conseguenza investire in e-business, c'è al primo posto **la mancanza di una cultura e di competenze interne** (30%) ma anche **di interlocutori esterni adeguati** (14%).

Anche se va precisato che nel **51% dei casi si utilizzano attività di web marketing** e nel **59% si fa ricorso alle newsletter** per comunicare i propri prodotti e servizi.

Meno utilizzato, il **Crm si ritrova nel 45% delle imprese interpellate**, mentre le **extranet sono utilizzate dal 38%** delle aziende, per la gestione della propria base clienti. È come se le imprese italiane si trovassero ancora in una fase di estrema **immaturità su questo tema** anche se molte riconoscono i vantaggi dell'e-business in termini di soddisfazione del cliente, di aumento del fatturato e di riduzione dei costi, mentre poche ne concepiscono l'utilizzo con l'obiettivo di sviluppare nuovi prodotti o internazionalizzare le proprie attività.

Ma qualcosa si sta muovendo e alcune aziende percepiscono come e-commerce e Crm sono le aree di investimento del futuro con percentuali di crescita previste rispettivamente del 67 e del 56%.

## Metà degli Italiani non utilizza il web

**Oltre i tre quarti degli Italiani ha un pc, ma poco più della metà lo usa per navigare su internet.**

E' questo il quadro della situazione nel nostro paese, emerso da un'indagine conoscitiva commissionata dalla IX commissione permanente della Camera dei deputati (Trasporti, Poste e Telecomunicazioni) e svolta dall'istituto Mides.

Lo studio ha delineato anche **l'identikit di chi non naviga sul web**: donna, oltre 50 anni, con titolo di studio elementare o di scuola media inferiore, casalinga o pensionata o coppia senza figli che vive in famiglia.

Inoltre, il **18,8%** dei 2.400 intervistati si dichiara **non interessato a utilizzare internet**.

Nella **Pubblica Amministrazione** nonostante il numero di servizi pubblici online a disposizione dei cittadini sia cresciuto, è ancora **molto bassa (20,6%) la percentuale di coloro che ne usufruiscono**: fra questi il 24% è rimasto molto soddisfatto, il 65,4% abbastanza soddisfatto, mentre l'8,9% lo è stato poco e l'1,6% per niente.

Chi non li utilizza spiega di non essere abituato a farlo (47,7%), oppure di preferire il contatto diretto (31,6%), di non fidarsi (7,6%), di averci provato ma di non esserci riuscito (5,5%).

Altro dato significativo: **paga le bollette online solo il 2,1% degli intervistati**.

Chi utilizza internet abitualmente (58,5%) lo fa quasi tutti i giorni, soprattutto da casa e utilizzando una connessione adsl (84,5%), per cercare informazioni e utilizzare la posta elettronica. In particolare, **agli italiani piace accedere facilmente ad informazioni di proprio interesse (15,5%), parlare e vedere amici e parenti lontani gratis (9%), leggere e scaricare giornali, news (8,6%), organizzare viaggi, acquistare biglietti del treno o aereo (6,4%)**.

Tendenzialmente il **navigatore web tipo è maschio**, sotto i 50 anni, con diploma o laurea, o impiegati o studenti, o coppia con figli. Fra chi ancora non ha il pc (26,3%), la maggior parte (82,2%) non lo comprerebbe e comunque, anche se lo avesse, probabilmente non navigherebbe sul web (74,2%).

## Internet: in Italia 21,2 milioni di utenti

*Studio ComScore: il nostro Paese è quinto su 17 Stati europei*

Nel mese di **aprile 21,23 milioni di italiani hanno navigato sul web**, trascorrendo in media 19 ore in rete e visitando 1.790 pagine. I dati emergono da un **rapporto di ComScore**, che ha preso in esame 17 Paesi europei. Per numero di utenti unici l'Italia è quinta in Europa.

Prima la Germania, con 40 milioni di utenti che in media ad aprile hanno navigato per 22 ore e aperto 2.601 pagine. Seguono GB (36,82 milioni, 2.482 pagine e 29 ore), e Francia (36,35 milioni, 2.791 pagine, 28 ore).

## PORTALI ISTITUZIONALI

### Al via Presseurop.eu, il portale sull'attualità europea

La Commissione europea ed un consorzio coordinato da Courier International hanno dato vita al portale **PRESSEUROPE.EU**, il primo sito multilingue con articoli di stampa sugli affari europei.

Presseurop proporrà le traduzioni, nel maggior numero di lingue, di una selezione di **articoli dedicati all'attualità europea** pubblicati il giorno stesso o il giorno precedente. Gli articoli saranno arricchiti da **analisi, commenti ed immagini**.

PRESSEUROPE.EU mette inoltre a disposizione del pubblico:

- articoli di stampa europei ed internazionali (carta stampata e on line) selezionati secondo i criteri di pertinenza e affidabilità ed incentrati su diversi aspetti dell'attualità comunitaria: politica, economia, società, mondo, ambiente, scienze, cultura, dibattito di idee ecc;

- rassegne stampa, notizie flash e sintesi dell'attualità
- illustrazioni (foto, video ecc.)
- una newsletter sulle attualità del giorno e sui contenuti più recenti
- archivi storici

L'offerta interattiva si articolerà anche in **forum tematici**, sondaggi on line e la possibilità di commentare gli articoli pubblicati.

Inizialmente il servizio sarà disponibile in 10 lingue (tra cui l'italiano) per poi estendersi progressivamente a tutte le 23 lingue ufficiali dell'Ue. Il consorzio PRESSEUROP è quindi destinato ad allargarsi a nuovi membri. Sono già previsti diversi partenariati tra cui quello con la rete EuRaNet e la futura EU TV Net.

Sito web: <http://presseurop.eu>

## Shark 2.0 per la CdC di Siena

Condivisione, apertura verso gli utenti e facilità di navigazione sono le parole chiave del nuovo sito internet della **Camera di Commercio di Siena** realizzato da Retecamere.

La Camera ha scelto di offrire al cittadino, attraverso il nuovo sito, un servizio innovativo e uno strumento che permette di reperire informazioni con grande facilità.

Il restyling è stato guidato dalle suggestioni del **web 2.0**, la nuova forma di internet basata sulla partecipazione alla creazione delle informazioni e alla semplificazione delle logiche di navigazione.

In tema di condivisione delle informazioni, gli utenti possono votare le notizie e i contenuti che ritengono interessanti, per segnalare ad altri navigatori le informazioni più rilevanti. Inoltre le informazioni possono essere segnalate sui vari siti di social networking, per diffondere le notizie importanti tra i propri colleghi e amici.

Per quanto concerne la navigazione, il sito unisce alla tradizionale struttura ad albero, un **percorso di navigazione basato sui concetti**, detti anche tag, con cui ogni singolo contenuto viene classificato. I concetti più salienti vengono mostrati in uno spazio dedicato nella home page chiamato tag cloud (nuvola di tag), un sistema grafico in cui i contenuti più salienti vengono mostrati con colore più marcato e dimensione più grande, per indicare anche visivamente all'utente quali sono gli argomenti più frequenti nel sito.

Tutto questo, con dei **costi per il restyling decisamente contenuti**.

Il nuovo sito, oltre a semplificare il reperimento dei servizi, sarà anche una fonte di informazione quotidiana per gli utenti: in home page è infatti presente un modulo, suddiviso per canali tematici (per esempio: Internazionalizzazione, Agroalimentare, Sostenibilità, ecc.), dove confluiscono notizie prodotte dalla redazione centrale di Retecamere. Le notizie sono inviate giornalmente alla Camera tramite il **sistema "Octopus"** e sono relative a tematiche di specifico interesse per il territorio.

Siena, infine, è tra le prime Camere di Commercio a sperimentare il modulo di autoprofilazione delle imprese che consentirà alle stesse di essere inserite nel database di "Ciao Impresa" - il sistema di Customer Relationship Management del Sistema camerale - attraverso il quale l'Ente è in grado di inviare in modo automatico, informazioni personalizzate e sulla base degli interessi manifestati, in modalità multicanale.

Insomma, da parte della Camera, un segnale preciso di adesione convinta alle strategie di e-Government in cui l'utente (e l'impresa in primis) è al centro di tutte le decisioni.

## SITI E PORTALI PER LE IMPRESE

### Tutto su tariffe e servizi sul sito INDIS

Collegandosi al sito internet dell'**Indis** -l'Istituto nazionale distribuzione e servizi -è possibile reperire **notizie relative al settore distributivo-commerciale e dei servizi**.

L'istituto, nato nel 1970 presso l'Unione Italiana delle Camere di Commercio, non persegue scopi di lucro, ma, in linea con le linee strategiche di Unioncamere, promuove attività di studio e promozione dei settori della distribuzione commerciale e dei occupazioni del terziario.

Collegandosi al sito internet e, in particolare, sfogliando le pagine **dell'area istituzionale**, è possibile consultare liberamente il "centro documentazione", che raccoglie monografie, volumi, articoli e riviste.

**L'area documenti**, invece, contiene le tendenze dei prezzi del settore, le ricerche e i progetti avviati dall'istituto.

In questa sezione si è dato ampio spazio a uno degli obiettivi di Indis, l'attuazione della **riforma del commercio e la diffusione presso le Pmi del commercio elettronico**.

**Link al sito:** all'indirizzo <http://www.indisunioncamere.it/>

### **Disponibile online in italiano il Database delle sostanze chimiche pericolose**

*ICSC, International Chemical Safety Cards, è il data base, liberamente consultabile*

**ICSC -International Chemical Safety Cards** -è il data base, liberamente consultabile, nato dal programma internazionale delle Nazioni Unite, dell'OMS e dell'ILO, che contiene ben **1300 schede in lingua italiana dedicate alle sostanze chimiche pericolose**, con informazioni utili in ambito di sicurezza sul lavoro, in ambito domestico.

Il data base costituisce, con i suoi contenuti, un valido strumento informativo anche per la Protezione Civile, i Vigili del Fuoco e tutti i lavoratori che operano in situazioni di emergenza.

Al progetto internazionale hanno partecipato anche le **Agenzie regionali per l'ambiente** (Arpa) di numerose regioni italiane coordinate dalla Agenzia Regionale Prevenzione e Ambiente dell'Emilia-Romagna.

Ogni scheda recensisce una sostanza definita pericolosa, descrivendone le caratteristiche tossicologiche, chimico fisiche, i rischi sanitari e ambientali, le eventuali misure di prevenzione e quelle di primo soccorso e le indicazioni per l'imballaggio e trasporto della sostanza pericolosa.

In generale è bene precisare che **le schede non sostituiscono ma invece fanno riferimento alle schede di sicurezza dei prodotti introdotte dalla Direttiva 67/548 CEE**. Le schede, quindi, forniscono informazioni utili in caso di emergenza per i servizi di pronto intervento.

Link: <http://icsc.un.org/>

### **Marchi e proprietà intellettuale: le guide "rapide" dell'UAMI**

Nella sezione "Informazioni essenziali" della pagina principale del sito web dell'UAMI - <http://oami.europa.eu/ows/rw/news/item992.it.do> - sono disponibili una serie di **"Guide Rapide" multimediali** riguardanti i **marchi, i disegni e modelli e la proprietà intellettuale in generale**.

Le "Guide rapide" costituiscono uno strumento che accompagna l'utente, passo per passo, attraverso le varie forme di **tutela della proprietà industriale**, evidenziando benefici e criticità.

Le Guide sono disponibili solo in lingua inglese ma a breve saranno tradotte e rese disponibili anche nelle altre lingue.

### **Brevetti: on line il Vademecum della Camera di Commercio di Bergamo**

Il **Vademecum Brevetti**, realizzato dalla Camera di Commercio di Bergamo, è un **opuscolo schematico su tutto quanto concerne i brevetti**.

L'opuscolo contiene tutte le maggiori informazioni sulla principale forma di tutela della proprietà industriale, ovvero il brevetto, e permette inoltre, anche a chi non è del mestiere, di avvicinarsi ad una materia particolarmente complessa come quella brevettuale.

Il vademecum fornisce **risposte a domande** importanti quali:

- *Cosa si può brevettare e quali sono i requisiti necessari?*

- Come e dove posso depositare un brevetto?
- Quanto costa la registrazione di un brevetto?
- Quali diritti assicura un brevetto?
- Come deve essere strutturato un documento brevettuale?
- In che modo sfruttare adeguatamente un brevetto?

L'opuscolo fornisce interessanti indicazioni, consigli ed esempi in merito a tali argomenti. Si tratta quindi di un documento semplice e a carattere pratico rivolto sia alle imprese innovative che alla valorizzazione dell'ingegno della singola persona che inventa e produce innovazione.

Per scaricare il manuale [clicca qui](#)

## I SITI PER TUTTI

### Traduzioni in un istante con GMail

Cinese, arabo, magiaro, finlandese e ancora di più: un **nuovo servizio proposto da Google** trasforma la casella di posta di Gmail in un **centro di traduzioni multilingue**.

**Message Translation**, questo è il nome del servizio, consente agli utenti di leggere la propria posta elettronica in arrivo nella lingua che preferiscono, scegliendo tra **41 idiomi diversi**.

La funzionalità risolve così almeno in parte i **problemi di comprensione tra navigatori di differente nazionalità** e, seppur non perfettamente preciso, dà la **possibilità di capire almeno il senso** di quanto ci è stato scritto.

Un **servizio utilissimo**, dunque, soprattutto per chi si trova a dover **comunicare con imprese e istituzioni di paesi esteri**.

Per attivare l'opzione basta entrare nella propria casella Gmail, cliccare in alto a destra su "Impostazioni", poi su "Labs", scrollare la pagina verso il basso e spuntare la voce "Attiva" di "Traduzione del messaggio". Una volta salvata la modifica, occorre poi andare su Impostazioni/Generali e selezionare l'idioma in cui si vogliono leggere i messaggi.

E la traduzione è fatta.

### Viaggiare in Europa è più facile grazie al sito ufficiale dell'Unione europea

Si tratta del sito ufficiale dell'Unione Europea per coloro che viaggiano nei 27 paesi dell'Unione Europea. Che si viaggi per affari o per piacere, si potranno trovare consigli pratici ed utili suggerimenti su numerosi argomenti, da quali documenti servono, a come poter godere dell'assistenza sanitaria o utilizzare il proprio cellulare. E' possibile viaggiare tra i paesi UE senza passare alcun controllo e fare acquisti più facilmente grazie all'euro.

Per ulteriori informazioni: [http://europa.eu/abc/travel/index\\_en.htm](http://europa.eu/abc/travel/index_en.htm)

L'edizione aggiornata dell'opuscolo informativo è disponibile in inglese; presto verranno diffuse traduzioni in altre lingue.

[http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu\\_glance/72/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu_glance/72/index_en.htm)

### Font gratis per tutti su Fontex

**Fontex** è un nuovo sito dove trovare **centinaia di font da scaricare gratis**.

Per trovare i font desiderati è possibile consultare le diverse categorie oppure cercarlo direttamente con il motore di ricerca interno.

Ma c'è una novità: su Fontex **ogni font ha una propria pagina con una scheda informativa** e una sezione dove **poter testare il font direttamente online** con la possibilità di scegliere la dimensione del carattere.

Fontex è il primo sito che consente di testare on line i font, evitando di doverli necessariamente scaricare e installare prima di capire se effettivamente fanno al caso nostro.

Link: [www.fontex.org](http://www.fontex.org)



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