



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 7 del 31/07/2010

EVENTI/FIERE ICT

Forum Internazionale TECHA2010 - Innovation for the Cultural Heritage Advancement 20-23 September 2010 - Grande Halle, Arles

L'evento biennale vuol promuovere nuove tecnologie, anche multimediali e virtuali, per la conservazione e fruizione del patrimonio culturale e naturale.

Il CNR con il Dipartimento Patrimonio Culturale, l'ENEA e il Pôle Industries Culturelles et Patrimoines e Région Provence-Alpes et Côte d'Azur organizzano ad Arles (Francia), il "**Forum Internazionale TECHA2010, Technologies Exploitation for the Cultural Heritage Advancement " (20-23 settembre)**", dedicato quest'anno alla conservazione e alla fruizione del patrimonio culturale e naturale.

TECHA2010, organizzato con il supporto della europea per la promozione dell'innovazione nelle imprese "Enterprise Europe Network", è un prestigioso **appuntamento biennale** per discutere e condividere le innovazioni e le problematiche inerenti la **conservazione del patrimonio culturale e naturale**. Lo scopo è proporre agli operatori del settore (aziende, ricercatori e istituzioni) **nuove tecnologie**.

La giornata del 22 settembre sarà dedicata ad un **Brokerage event** che farà incontrare, sulla base di appuntamenti predefiniti, imprenditori e ricercatori di tutta Europa, per offrire ai primi l'opportunità di conoscere le più recenti tecnologie sviluppate dai laboratori di ricerca e ai ricercatori l'occasione di avviare nuove collaborazioni internazionali con partner industriali per lo **sviluppo di nuovi progetti di ricerca e/o l'applicazione delle nuove tecnologie**.

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: Le informazioni sulle modalità di partecipazione al brokerage event sono disponibili su <http://techa.b2bmatchmaking.com> (How it works).

Tramite il sito è possibile effettuare la **registrazione all'evento** e promuovere una o più tecnologie (Registration) e richiedere degli appuntamenti (Company catalogue/list). La registrazione richiede l'**inserimento di un breve profilo** sia del gruppo di ricerca o dell'azienda sia delle tecnologie e/o delle metodologie che si intende promuovere o richiedere. Per richiedere gli appuntamenti occorre selezionare dalla Company list i partner che si desidera incontrare.

Un sistema di ricerca aiuterà a identificare le tecnologie di interesse. Il partner selezionato riceverà una comunicazione e, dopo il suo assenso all'incontro, l'appuntamento sarà programmato. Nella propria area log-in verranno visualizzate le richieste di appuntamento e i meeting programmati.

TEMATICHE: *Cleaning technologies, Construction technologies, Education, Environment, Laser technology, Materials, Measurement tools, Multimedia technologies, Nanotechnologies, Safety, Tourism, Virtual reality.*

Per qualsiasi ulteriore informazione e approfondimento contattare l'Ing. Filippo Ammirati (enea.bridgeeconomies@enea.it - tel 081/7723325) o il Dott. Fulvio Miraglia

(enea.bridgeeconomies@enea.it - tel 081/7723371).

Scarica l'allegato: [flyer_brokerage_event_it_def.pdf](#)

E-COMMERCE

Mercato on line: importante prepararsi agli acquisti dei più giovani

Gli operatori di commercio elettronico più "svegli" stanno già guardando a loro con molto interesse per le opportunità che questa fetta di mercato può offrire: si tratta dei cosiddetti "**Kids**", ovvero i giovani di età compresa fra i 12 ed i 16 anni. I dati più recenti - si parla di dati americani - evidenziano infatti che **i più giovani acquistano sempre di più via Internet**, in particolare **abbigliamento, musica e cibo**.

Ci si potrebbe chiedere come ciò sia possibile, considerati due aspetti fondamentali dell'acquisto on line - **pagamento on line con carta di credito e la promessa di acquisto** - non proprio conciliabili con la figura del minore e che probabilmente finora, almeno a livello italiano, hanno escluso i più giovani dalle strategie on line mirate ad acquisti via Internet che non riguardino musica e giochi on line.

In realtà anche **i minorenni** sono un rilevante target di mercato per tutta una serie di prodotti perché, anche se non possono acquistare personalmente, **influenzano fortemente gli acquisti delle famiglie**.

Luca di Nardo, attento osservatore del mercato on line, in un suo articolo per **i-dome**, esprime, in merito all'argomento, alcune interessanti **considerazioni** supportate da una serie di **esempi di strategie** attivate da alcuni brands statunitensi per risolvere gli ostacoli agli acquisti on line da parte dei "kids", un **target che merita una grande attenzione** ma che, come ci ricorda lo stesso Di Nardo, proprio perché si parla di minori, va trattato con la **massima correttezza e intelligenza**.

Per leggere l'articolo [CLICCA QUI](#)

In crescita l'e-commerce italiano

In Italia **crece del 7% il numero di aziende che opera nell'e-commerce** con la Lombardia in testa fra le regioni sia per numero di imprese e di acquisti.

Sono questi i dati che emergono da un'elaborazione della Camera di Commercio di Milano sulla base dei dati del registro imprese del 2009 e del primo trimestre 2010, nonché su dati Istat del 2010. Un 2010 che registra **6.186 imprese operanti nel commercio on line**.

Gli Italiani che acquistano su Internet sono oltre **5,6 milioni** e quasi un terzo delle vendite avviene tra Lombardia (18,3) e Lazio (12,7%).

Tra tutti gli utenti che hanno utilizzato internet nell'ultimo anno, il 24,4% ha ordinato o comprato merci e servizi online. Gli acquisti on line riguardano principalmente **biglietti ferroviari e aerei** (38,4%) e **vacanze** (27,6%) ma anche **libri e riviste** (27,1%), **abbigliamento e articoli sportivi** (21,9%), **film e musica** (20,8%) e **biglietti per spettacoli** (17,6%).

ULTIME DALL'UE

Neutralità della rete: la Commissione europea avvia una consultazione pubblica

La Commissione ha dato il via, dal 30 Giugno 2010, ad una consultazione sulle principali problematiche legate al concetto di **neutralità della rete**. Attraverso la consultazione - aperta **fino al 30 Settembre 2010** - la Commissione desidera capire meglio quali sono i problemi potenziali collegati ad alcune forme di gestione del traffico e appurare se le nuove norme nel settore delle telecomunicazioni sono sufficienti a fare fronte a tali difficoltà. Essa desidera inoltre raccogliere informazioni in merito agli aspetti tecnici ed economici e alla qualità del servizio, nonché appurare se le libertà dei cittadini sulla rete possano risultare compromesse.

Neelie Kroes, vicepresidente della Commissione europea e responsabile per l'agenda digitale, ha annunciato ad aprile 2010 l'intenzione di avviare questa consultazione per approfondire il dibattito **sulla neutralità della rete in Europa** (SPEECH/10/153).

Una relazione della Commissione sulla neutralità della rete, che dovrebbe essere presentata entro la fine di quest'anno, si baserà su questa consultazione.

Sono invitate a rispondere alla consultazione tutte le **parti interessate: fornitori di servizi e di contenuti, consumatori, imprese e ricercatori**.

Per **partecipare alla consultazione** collegarsi alla pagina web dedicata:

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/library/public_consult/index_en.htm

Il diritto di successione nell'UE-27 spiegato in un sito multilingue

Ogni anno nell'UE si aprono circa 450000 **successioni internazionali**, per un valore di oltre 120 miliardi di euro. Le famiglie, che sono titolari di beni come la casa o il conto corrente, si scontrano con la **diversità delle regole** che nei 27 Stati membri dell'UE disciplinano la competenza giurisdizionale e la legge applicabile.

Proprio per aiutare i cittadini a conoscere meglio la legge, il consiglio dei notariati dell'Unione europea, con il sostegno della Commissione europea, ha lanciato il **sito web dedicato al diritto delle successioni nei paesi dell'UE** in 22 lingue ufficiali e in croato.

Il sito dedicato al **Diritto di successione nei 27 paesi dell'Unione europea**

Roaming: stop dell'Unione europea alle bollette "shock"

Dal 1° luglio 2010 parlare al telefono, scrivere messaggi connettersi a internet mentre si è in viaggio per l'Europa costa meno e gli utenti non corrono più il rischio di ricevere bollette "shock".

Da tale data è infatti **in vigore il nuovo regolamento comunitario sul roaming internazionale** che ha introdotto **importanti novità: riduzione sostanziale dei prezzi, tariffazione al secondo ed impostazione di un limite personale di spesa**.

Il prezzo massimo per effettuare **chiamate all'estero** è stato **ridotto** da 43centesimi a **39centesimi al minuto** (IVA esclusa) mentre la tariffa **per ricevere chiamate** in roaming da 19 centesimi **al minuto a 15 centesimi al minuto** (IVA esclusa).

Mandare **messaggi, invece**, costa sempre, **al massimo, 0,11 euro**.

Il nuovo regolamento ha inoltre fissato **il limite di spesa di 50 euro al mese sulla navigazione internet** per evitare che i consumatori ricevano delle bollette stratosferiche.

Ogni consumatore può comunque rimuovere il limite o sceglierne uno diverso e **gli operatori sono tenuti a comunicare il raggiungimento dell'80% dell'importo limite previsto** per il roaming di dati e bloccare la connessione all'internet mobile a meno che l'utente non abbia comunicato di voler continuare il roaming di dati nel mese di riferimento.

Il costo della navigazione su **internet da cellulare** o smart phone è sceso da 1 euro ad **80 centesimi per megabyte** (IVA esclusa).

E è invece divenuta totalmente **gratuita la ricezione di messaggi in segreteria**.

Maggiori info:

[Approfondimento sul nuovo regolamento](#) [EN]

WEB MARKETING

Come realizzare un sito web di successo: dall'Osservatorio Siseco 5 semplici regole d'oro

Un numero sempre maggiore di imprese sta investendo nel web, in particolare nel sito aziendale. Perché la **presenza e la visibilità** dell'azienda in rete siano davvero efficaci, è però **necessario che il sito**, oltre ad essere in grado di generare contatti, cioè business, **sia anche studiato sulla base degli obiettivi dell'azienda stessa**.

Solo così, infatti, è possibile **trovare nuovi clienti** ed **interagire** al meglio con quelli esistenti.

A tal proposito possono risultare preziosi **5 consigli** sviluppati **dall'Osservatorio Siseco**, azienda italiana leader nel settore ICT, utili per la realizzazione di un sito "performante".

1. Il sito deve essere **semplice**: nel sito tutto deve essere molto chiaro e a portata di mano; l'utente deve infatti essere in grado di trovare subito le informazioni che sta cercando.

2. il sito deve essere **interattivo**: oggi, nell'era del Web 2.0, chi naviga su internet vuole dialogare con l'azienda per chiedere informazioni, esprimere pareri e opinioni personali.

3. è necessario il **monitoraggio del traffico web**: è importante analizzare attentamente le parole chiave più ricercate dagli utenti interessati al settore ai fini dell'indicizzazione.

4. **il sito aziendale va aggiornato** nei contenuti **con testi originali che**, possibilmente, devono essere collegati a blog o social network.

5. è necessario fare attenzione alla **velocità di caricamento** perché spesso animazioni ed altri effetti speciali appesantiscono il sito e lo rendono meno preferibile dai motori di ricerca.

In pratica ed in sintesi, sono due le parole che devono orientare l'impostazione di un sito perché sia visibile e appetibile: **personalizzazione e specializzazione, caratteristiche raggiungibili attraverso molteplici strumenti disponibili sul mercato in varie modulazioni e comunque a costi accessibili.**

La reputazione aziendale ai tempi di Internet: i consigli per costruirla e mantenerla nel tempo

Da **SpazioImpresa** - periodico on line di cultura imprenditoriale- un **interessante articolo** mette in evidenza quantosi sia amplificata **l'importanza della reputazione aziendale nell'era di Internet**, che è diventato un media molto utilizzato dall'opinione pubblica e quindi potenzialmente molto pericoloso perché in grado di diffondere opinioni, commenti e pareri con una velocità ed un'ampiezza difficilmente controllabili.

L'articolo descrive inoltre il **ruolo di un nuovo profilo professionale**, quello del **Reputation Manager** (nato appunto a seguito della necessità di monitorare e migliorare le informazioni che circolano in rete su un'azienda) e suggerisce pochi ma **essenziali consigli** per costruire e mantenere nel tempo una **buona reputazione aziendale sul web**.

Per leggere l'articolo [CLICCA QUI](#)

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Pistoia: lancio di un database per le aree produttive della provincia

Un **database a disposizione degli investitori per le aree produttive** del territorio provinciale, realizzato dal servizio Sviluppo economico della **Provincia di Pistoia**, sarà presto on line sul sito Internet dell'ente www.provincia.pistoia.it, cliccando sulla sezione 'sviluppo economico'.

È terminato, infatti, il lavoro di **monitoraggio sul territorio**, svolto con la collaborazione dei Comuni, che ha riguardato l'analisi di tutte le aree, sia libere che parzialmente occupate, destinate agli insediamenti produttivi: **76 le aree provinciali su cui è possibile prevedere l'instaurarsi di nuove attività**, un patrimonio che è in grado di cambiare il volto produttivo e occupazionale di Pistoia.

Si tratta, dunque, di una **mappa precisa**, grazie ai dati forniti alla Provincia dai Comuni, **utili per la realizzazione di nuove attività**. Un **archivio delle aree produttive**, comprensivo delle informazioni sulle attività insediate già esistenti e la quantificazione delle aree ancora disponibili, degli immobili, degli eventuali oneri di urbanizzazione. È una sorta di scheda tecnica che ogni professionista ora trova gratuitamente on line, con tutta la sicurezza dei dati provenienti dagli enti competenti.

Turismo e Web 2.0: la Toscana affida ai blogger la promozione turistica

La Toscana è la regione più avanzata in Europa per questi investimenti

Sono dodici, giovani e di nazionalità diversa: a loro la **Fondazione Sistema Toscana** ha affidato il compito di **promuovere il turismo nella regione** in maniera del tutto opposta alla concezione tradizionale di Internet.

Assieme formano la squadra dei «**Socia medial team**».

Coordinati da Leonardo Piras, questi **blogger**, cresciuti sotto l'ala del Web 2.0, devono fare opera di promozione turistica, non attirando gli utenti verso un determinato sito, ma, all'inverso, andando a «**intercettare le conversazioni sul turismo in Toscana, laddove già ci sono**», come racconta Damiano Meola, uno dei bloggers. dozzina.

Questi giovani, tutti nati dal 1977 in poi, costituiscono la linfa del **progetto «Voglio vivere così»**, con cui la Fondazione Sistema Toscana va a **scovare e ad alimentare le discussioni virtuali** in fatto non solo di **turismo**, ma anche di **moda, cucina, arte** e tutto ciò che, alla fine, procura un ritorno in termini di immagine e di contenuti.

«Non si tratta di portare gli utenti sul sito, ma di andare là dove c'è l'utenza» viene precisato da Damiano Meola.

La Toscana, attraverso questo sistema, si caratterizza come la **regione più avanzata in Europa per investimenti pubblici in questo genere di utilizzo del Web 2.0**.

I 12 ragazzi coprono ogni giorno **48 social network**, e tra loro vi è anche chi viene dalla Grecia e dal Brasile.

Donne@work: uno sportello on line per professioniste in rosa

Imprese ICT di Confcommercio, Comune e Camera di Commercio di Milano, con la collaborazione di un gruppo di donne dirigenti ed imprenditrici, hanno messo in rete uno **sportello on line tutto in rosa** per l'incontro **fra domanda e offerta di lavoro nel campo ICT**.

Donne@work, questo il nome del nuovo portale web, è stato creato con l'**obiettivo di sostenere occupazione, flessibilità e pari opportunità nel mercato IT** tramite la messa a messa a punto di una **banca dati di profili professionali di donne** che dia visibilità alle competenze e alla professionalità femminili nell'ambito delle tecnologie informatiche.

Una professionista che intenda usufruire dei **servizi del portale**, tutti completamente **gratuiti**, deve solamente **registrarsi** e seguire la procedura guidata per inserire il proprio curriculum e la disponibilità personale in termini di tempo e flessibilità.

Poste Italiane lancia "DimmiQuando", servizio per ricevere posta raccomandata in giorni e orari stabiliti

Poste Italiane ha lanciato il nuovo servizio "**Dimmi Quando**", che consente a privati ed imprese di ricevere le raccomandate direttamente a casa o in ufficio in giorni e ad orari concordati.

"**DimmiQuando**" è stato ideato per chi è spesso fuori casa e per gli studi professionali e gli uffici che magari sono aperti solo in determinati giorni ed a certi orari e possono così stabilire con Poste Italiane quando poter ricevere la corrispondenza raccomandata ed essere presenti per la firma. Il servizio costerà 1,5 € in offerta promozionale fino al 30 settembre prossimo, offerta che è rivolta alle aziende per un periodo di 3 mesi, ai privati per sei.

Il servizio è già **attivabile presso gli uffici postali** di tutta Italia **o dal sito web di Poste Italiane** dove il pagamento può essere effettuato con carta di credito, cartaprepagata Postepay o addebito su conto corrente Banco Posta on line.

Il sito "Terre di Lucca e Versilia" è sul portale della cultura italiana del Ministero per i beni e le attività culturali

"**Terre di Lucca e Versilia**" è il portale realizzato dall'amministrazione pro-vin-cia-le di Lucca e i-dea-to in col-la-bo-ra-zio-ne con la Scuo-la Nor-ma-le di Pisa, il Con-sorzio Forma e la so-cie-tà Li-be-ro-lo-gi-co.

Lo strumento on line, pen-sa-to per fa-vo-ri-re la **pro-gram-ma-zio-ne con-cer-ta-ta** e a lungo ter-mi-ne **degli e-ven-ti in pro-vin-cia di Lucca** ed in-co-rag-la pro-mo-zio-ne in-te-gra-ta delle ma-ni-fe-sta-zio-ni, grazie ad un recentissimo **accordo** fra l'amministrazione Provinciale ed il Ministero per i beni e le at-ti-vi-tà cul-tu-ra-li, **sarà in-se-ri-to nella piat-ta-for-ma mul-ti-me-dia-le di "Cul-tu-ra I-ta-lia"**, il por-ta-le della cul-tu-ra i-ta-lia-na pro-mo-s-so dal M

L'accordo presenta, per Lucca, **numerosi vantaggi**.

Il por-ta-le mi-ni-ste-ria-le, infatti, è un punto di ac-ces-so pri-vi-le-gia-to mul-ti-lin-gue che promuove ri-sor-se cul-tu-ra-li del Paese, ed offre no-te-vo-li op-por-ter-mi-ni di vi-si-bi-li-tà, di va-lo-riz-za-zio-ne e frui-zio-ne del pa-tri-mo-nio cul-tu-ra-le, anche in am-bi-to di-dat-ti-co, di ri-cer-ca e di stu-dio.

L'accordo Provincia di Lucca-Ministero ha quindi una va-len-za in am-bi-to di pro-mo-zio-ne cul-tu-ra-le e tu-ri-sti-ca, anche a li-vel-lo eu-ro-peo perché parte con-te-nu-ti del sito mi-ni-ste-ria-le sono presenti in 'Eu-ro-pea-na', il por-ta-le eu-ro-peo della cul-tu-ra

Atti notarili: il passaggio al digitale è completato

A seguito della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale del 19 luglio del **decreto legislativo 110/2010** (vedi *articolo newsletter di giugno*) prenderà ufficialmente il via, **a partire dal 3 agosto**, la procedura che consente di **firmare un atto notarie con firma digitale**, evitando in toto l'utilizzo della carta.

D'ora in avanti, quindi, gli atti notarili potranno essere stipulati dalle parti, con il notaio, davanti al computer, ovvero sarà possibile per legge utilizzare procedure informatiche per autenticare **compravendite ed altre operazioni** fino ad oggi conseguite unicamente con procedure e con strumenti tradizionali ormai datati.

Per tali documenti non si tratterà solo di consentire la firma digitale delle parti e del notaio; questi garantirà la **formazione e la conservazione e la fruizione degli atti** per un tempo illimitato **con tecnologie** che ne assicurano l'utilizzo in **totale sicurezza**.

La riforma è finalmente attuabile dal momento che **tutti i notai sono stati dotati di firma digitale**, tutte le procedure sono state regolamentate e la legge pubblicata.

La **firma digitale non sarà obbligatoria per i clienti** che potranno utilizzare una **semplice firma elettronica**, ovvero una firma scannerizzata e autenticata dal notaio stesso.

La normativa che ha introdotto la procedura informatica non ne impone l'utilizzo, **resta cioè a discrezione delle parti e del notaio la scelta fra le due vie, quella digitale e quella tradizionale cartacea**. Le due procedure sono semplicemente equiparate dalla legge, con la differenza che l'opzione digitale consente, rispetto a quella tradizionale, risparmi notevoli sia in termini di tempo di redazione degli atti che di costi materiali.

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

In crescita l'e-commerce italiano

In Italia **crece del 7% il numero di aziende che opera nell'e-commerce** con la Lombardia in testa fra le regioni sia per numero di imprese e di acquisti.

Sono questi i dati che emergono da un'**elaborazione della Camera di Commercio di Milano** sulla base dei dati del registro imprese del 2009 e del primo trimestre 2010, nonché su dati Istat del 2010. Un 2010 che registra **6.186 imprese operanti nel commercio on line**.

Gli Italiani che acquistano su Internet sono oltre **5,6 milioni** e quasi un terzo delle vendite avviene tra Lombardia (18,3) e Lazio (12,7%).

Tra tutti gli utenti che hanno utilizzato internet nell'ultimo anno, il 24,4% ha ordinato o comprato merci e servizi online. Gli acquisti on line riguardano principalmente **biglietti ferroviari e aerei** (38,4%) e **vacanze** (27,6%) ma anche **libri e riviste** (27,1%), **abbigliamento e articoli sportivi** (21,9%), **film e musica** (20,8%) e **biglietti per spettacoli** (17,6%).

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

On line le guide sui diritti di Proprietà industriale per le PMI dei settori tessile e abbigliamento, calzature, pelletteria e arredamento

Nell'ambito del progetto "*IP Awareness and Enforcement: Modular Based Action for SMEs project*", finanziato dal Programma CIP, DG Imprese e Industria della Commissione europea, sono state realizzate **4 guide on line** che rappresentano utili strumenti di primo orientamento alle procedure atte a garantire una maggiore tutela dei propri beni immateriali.

Di facile e rapida consultazione, le guide sono accessibili ai link sotto riportati:

[Guida per l'industria dell'arredamento](#)

[Guida per l'industria della concia delle pelli](#)

[Guida per l'industria del calzaturiero](#)

[Guida per l'industria del tessile](#)

Invitiamo a visitare anche il sito: <http://www.innovaccess.eu/home.html>

Un sito web aiuta le PMI a sfruttare le opportunità della Società dell'informazione

In quale modo le PMI possono sfruttare al meglio le TIC?

Una sezione specifica del sito della Commissione europea dedicato alla Società dell'Informazione offre informazioni in merito ai programmi sulle competenze digitali, sul commercio elettronico e sull'eGovernment, su questioni di privacy e sulle possibilità di ridurre i costi per l'acquisto di attrezzature TIC.

L'indirizzo è il seguente:

http://ec.europa.eu/information_society/tl/ecowor/smes/index_it.htm

Lexelator - Aspetti legali del commercio elettronico

Il sito web **Lexelator** fornisce **informazioni sugli aspetti legali del commercio elettronico** attraverso Legal Wiki, lezioni, link utili e blog.

La URL è la seguente: <http://www.lexelator.eu/>

Lotta alla contraffazione: on line il nuovo sito web dell'Ufficio Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo economico

Illustrare con semplicità e completezza le **misure per la lotta alla falsificazione e per la tutela della proprietà intellettuale**: è questo l'**obiettivo del nuovo sito web** www.uibm.gov.it della Direzione generale per la Lotta alla contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo economico, on line dal 21 luglio scorso

L'impatto del fenomeno della contraffazione sulle imprese, sul mondo del lavoro e ovviamente sui consumatori, è decisamente rilevante: il CENSIS stima che il fatturato annuo generato dalla contraffazione superi i 7 miliardi di euro, determinando un danno all'erario di oltre 5 miliardi e la perdita di oltre 130.000 posti di lavoro.

Il portale vuol contribuire, tramite l'informazione diffusa, a combattere il fenomeno che quindi trova ancora una volta nel web un valido alleato.

La navigazione del sito, organizzata per aree tematiche, consente di reperire con estrema facilità informazioni su argomenti quali la lotta alla contraffazione, la proprietà industriale, i brevetti, i marchi, i disegni e i modelli. La presenza di un pratico dizionario consente peraltro di individuare rapidamente i temi e gli argomenti d'interesse indicizzati in ordine alfabetico.

Il portale, inoltre, offre l'accesso alla banca dati dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi con l'obiettivo di far conoscere e promuovere i marchi, brevetti, disegni e modelli che fanno parte del grande patrimonio del Made in Italy,

APPUNTAMENTI

Seminario "L'azienda sul web: il nome a dominio e la tutela dei diritti in internet" (Lucca, Camera di Commercio, 7 ottobre 2010)

Il seminario, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca in collaborazione con ToscanaPromozione, intende analizzare le ipotesi più frequenti di violazione dei diritti di proprietà intellettuale ed industriale nel quadro di internet e del commercio elettronico.

Il docente sarà l'Avv. Antonio Zama dello Studio LGA di Bologna

L'incontro, che si svolgerà il 7 ottobre presso la sede della Camera di Commercio (Corte Campana, 10) con orario 9,30-13,30, è rivolto ad imprenditori, responsabili sistemi informativi ed organizzazione, web agency, consulenti e professionisti della Net economy.

La partecipazione al seminario è gratuita.

[Programma](#)

[Scheda di adesione on-line](#)

Per maggiori informazioni rivolgersi all' Ufficio Politiche Comunitarie Eurosportello (europsortello@lu.camcom.it)

BIBLIOTECA

Tecniche di Web Marketing - sviluppare l'e-commerce come opportunità per la piccola e media impresa

A quali elementi del proprio sito bisogna prestare attenzione per primeggiare nei motori di ricerca?

Come è meglio gestire il keyword advertising e i propri investimenti in Rete?

Come si fa a trasformare un utente in acquirente?

Perché la web analytics è così importante?

Come si possono sfruttare Facebook e Twitter per vendere online?

Il libro "Tecniche di web marketing. E-commerce e social media come opportunità per la piccola e media impresa" (seconda edizione) è rivolto a imprenditori e direttori marketing, consapevoli del ruolo che l'e-commerce può giocare nel marketing mix della propria azienda e nei processi di competizione e internazionalizzazione, offrendo strumenti concettuali e leve operative per accelerare il business e la performance di commercio elettronico.

Particolarmente utile quindi a chi desidera orientarsi fra motori di ricerca, affiliazioni, eBay e tutti gli altri elementi che compongono questo complesso - ma non così complicato - mondo che è il web marketing.

Un valido supporto per affrontare la sfida che le tecnologie digitali pongono alle imprese italiane e sviluppare le specifiche competenze richieste dalla comunicazione online, soprattutto oggi che la crescente interattività con il consumatore sta portando verso dinamiche sempre più partecipative e relazionali.

Il testo presenta inoltre un significativo apparato di approfondimenti tecnici, oltre a diversi casi aziendali e testimonianze di importanti operatori del settore, fra i quali Roberto Liscia Presidente del Consorzio Netcomm e prefatore del libro.

Al libro è legato il sito www.facciamoecommerce.it, dove è possibile contattare e confrontarsi con gli autori.

Autori e curatori: Andrea Boscaro, Riccardo Porta

Edizioni: Franco Angeli editore

Il libro è acquistabile online (www.francoangeli.it) e disponibile in tutte le principali librerie.



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