



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 3 del 31/03/2011

FINANZIAMENTI/AGEVOLAZIONI

Dal "Fet-Open" finanziamenti per la ricerca delle PMI ad alta tecnologia nel settore ICT

Le piccole e medie imprese ad alta tecnologia e orientate alla ricerca avanzata sono invitate a concentrare la ricerca su nuove e alternative tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) attraverso il finanziamento derivante dall'iniziativa "**Tecnologie future ed emergenti-Open (FET-Open)**" – VII Programma Quadro di Ricerche Sviluppo.

Obiettivo del **FET** è quello di **promuovere la ricerca avanzata finalizzata a nuove tecnologie dell'informazione**, all'esplorazione di **nuove idee** ed al sostegno di aree che richiedono una ricerca di base a lungo termine.

FET-Open va infatti oltre i risultati commerciali di breve termine e **mira ad incoraggiare le PMI a creare nuove collaborazioni di ricerca** al fine di diversificare e rafforzare la propria base patrimoniale scientifica e tecnologica.

L'invito a presentare proposte utilizza un semplice **processo, privo di scadenze** (continuo e aperto), che inizia con una proposta di cinque pagine. Nel **consorzio** deve far parte **almeno una PMI ad alta intensità di ricerca high-tech** con una stabile e comprovata capacità di ricerca in-house, che svolgerà un ruolo guida nel coordinamento e nella regolazione dell'agenda del processo di ricerca.

Finora sono state presentate 13 brevi proposte, che hanno coinvolto 15 PMI, con una buona copertura geografica. La maggior parte delle proposte è coordinata da una delle PMI coinvolte.

I consorzi sono di piccole dimensioni (la maggior parte ha solo tre soci, il minimo richiesto) e i due terzi delle PMI coinvolte sono nuove per FET Open. In media, il finanziamento richiesto, suggerito ma non imposto dalla call, è di circa 1.000.000 €.

Maggiori informazioni sulle attività relative alla ricerca FET per PMI ad alta intensità tecnologica sono disponibili sul sito web FET-Open.

http://cordis.europa.eu/fp7/ict/fet-open/home_en.html

Fonte: Bridgeconomies

7° Programma Quadro – Sostegno alle pmi per lo sviluppo di contenuti digitali. Scadenza 28 aprile 2011

I contenuti digitali sono il fondamento di una società basata sulla conoscenza. Questa risorsa deve quindi essere facilmente accessibile ai cittadini e alle imprese europee e, per ogni fase del ciclo di vita, deve essere adeguatamente sostenuta e rafforzata in risposta al cambiamento tecnologico. Il VII Programma Quadro di ricerca e sviluppo tecnologico, grazie all'invito a presentare progetti intitolato "**SME Initiative on Digital Content and Languages**" - previsto dal Programma di lavoro 2011-2012 ICT - **finanzia progetti finalizzati a dare alle PMI più innovative la possibilità di sfruttare le risorse digitali**, e nello stesso tempo contribuire allo sviluppo.

L'invito persegue **quattro obiettivi specifici**:

1. nella **sezione Bootstrapping a data economy**: sviluppare (o riutilizzare e ricombinare) strumenti automatizzati per il reperimento, la corrispondenza, lo screening, la convalida, la conversione, messa in comune e la modifica dei dati, nonché lo sviluppo di nuovi servizi per cittadini e PMI;
2. nella **sezione Community building and best practices**: produrre studi rigorosi sui reali o previsti impatti economici delle risorse, nonché sviluppare programmi educativi destinati alla formazione di professionisti analisi dei dati;
3. nella **sezione Sharing language resources**: aggiornare le risorse esistenti a standard tecnici o linguistici ampiamente accettati, collegati attraverso fonti o allineati tra le varie lingue, prima che possano essere utilizzati e condivisi. per rendere più efficace l'acquisizione di risorse linguistiche che sfruttano dati automatizzati;
4. nella **sezione Building consensus and common services**: le organizzazioni commerciali dovranno contribuire alla creazione di meccanismi, forum e servizi di supporto per coordinare gli sforzi, raggiungere il consenso e gestire gli impianti previsti commercio elettronico.

Il budget disponibile è pari a **35.000.000 euro**.

L'invito a presentare progetti, le linee guida e il Programma di lavoro 7PQ ICT 2011-2012 spiegano nel dettaglio i quattro obiettivi e contengono tutte le informazioni utili alla presentazione dei progetti.

Le **PMI** interessate a presentare un progetto sono tenute a sottoscrivere un **accordo consortile** composto da **almeno due PMI**.

Le **proposte di progetto** devono essere **presentate in due fasi**:

- entro il **28 aprile 2011** deve essere presentata una proposta breve, di massimo cinque pagine che illustra la logica del progetto, le principali innovazioni e impatto previsto del lavoro proposto.

- le proposte brevi che avranno raggiunto o superato tutte le valutazioni dovranno essere ripresentate complete entro il **28 Settembre 2011**.

La presentazione delle proposte deve essere effettuata mediante il **sistema elettronico EPSS** della Commissione europea. **La durata del progetto** non deve superare i 24 mesi e il finanziamento massimo comunitario richiesto non deve superare i 2.000.000 di Euro.

Tutte le **info** e **l'adocumentazione utile** per partecipare alla Call sono disponibili sul **sito Cordis** alla pagina web dedicata:

http://cordis.europa.eu/fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.FP7DetailsCallPage&call_id=392#prereg

Fonti: Pore e Sito Cordis

Internet più sicuro: pubblicato l'invito a presentare proposte

E' stato pubblicato lunedì 7 marzo, sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea serie C71, il **bando 2011** del Programma comunitario pluriennale

Safer Internet, che finanzia azioni *indirette per la protezione dei bambini che usano internet* e altre tecnologie di comunicazione (Per un uso più sicuro di Internet)

Il programma sull'uso più sicuro di internet - che fa seguito al programma per l'«uso più sicuro di Internet plus» (2005-2008) - persegue **quattro linee di azione**:

- a) *la sensibilizzazione del pubblico;*
- b) *la lotta contro i contenuti illeciti e i comportamenti dannosi in linea;*
- c) *la promozione di un ambiente in linea più sicuro;*
- d) *la creazione di una base di conoscenze.*

La dotazione di bilancio indicativa per l'invito 2011, ammonta a **14 132 240€ di contributo comunitario**.

L'invito a presentare proposte nell'ambito del presente programma di lavoro è **aperto a tutti i soggetti giuridici stabiliti negli Stati membri**. È aperto inoltre alla partecipazione di tutti i soggetti giuridici stabiliti negli **Stati EFTA** che sono parti contraenti dell'accordo **SEE** (Norvegia, Islanda e Liechtenstein). È aperto inoltre ai soggetti giuridici stabiliti in altri paesi alle condizioni previste all'articolo 2 della decisione sul programma, a condizione che sia sottoscritto un accordo bilaterale.

Termine ultimo per il ricevimento di tutte le proposte: ore **17 del 4 maggio 2011 (ora di Lussemburgo)**.

Sul sito Pore.it è possibile consultare la [scheda dettagliata](#) dell'invito.

Fonte: Pore.it

Programma CIP-ICT PSP: pubblicato l'invito a presentare proposte 2011. Scadenza il 1° giugno 2011

È stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 1° marzo 2011 la **5ª call del Programma di sostegno alla politica ICT (ICT-PSP)**, nell'ambito del programma comunitario per **Programma Quadro CIP** (Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione 2007-2011). Il **Programma ICT PSP** (ICT Policy Support Programme) è finalizzato a stimolare l'innovazione e la competitività mediante la **diffusione di conoscenza e il migliore utilizzo delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione** da parte dei *cittadini, dei governi e delle imprese*. Riguarda molteplici **ambiti tematici**:

Tema 1: *ICT for a low carbon economy and smart mobility*

Tema 2: *Digital content*

Tema 3: *ICT for health, ageing well and inclusion*

Tema 4: *ICT for innovative government and public services*

Tema 5: *Open Innovation for Internet enabled Services*

È previsto una dotazione finanziaria complessiva di 115,5 milioni di euro e le proposte vincenti avranno un **co-finanziamento comunitario** pari ad un **ammontare massimo dell'80% dei costi diretti** per progetti della durata massima di 36 mesi.

La scadenza per presentare proposte è il **1° giugno 2011**

Informazioni complete sullacall e sul programma sono disponibili alle seguenti pagine web:

http://ec.europa.eu/information_society/activities/ict_psp/participating/calls/call_proposals_11/index_en.htm

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:064:0010:0010:IT:PDF>.

Fonte: pore.it

NOMI A DOMINIO

Business e posizionamento sui motori di ricerca. La scelta giusta

Essere ai **vertici dei risultati dei motori di ricerca** può davvero determinare una **svolta per il business on line** di un'azienda, sia per la promozione del proprio brande quindi per l'affermazione della propria identità sul web, sia per il miglioramento delle vendite.

Per questo è indispensabile, da parte delle aziende già presenti su Internet o in procinto di implementare un sito web, l'adozione di un **programma di posizionamento del sito aziendale sui motori di ricerca**, uno fra tutti **Google**, considerato a ragion veduta il più importante, tanto che ottenere un buon posizionamento su questo motore è di fatto l'obiettivo prioritario di manager professionisti. **Ma cosa è necessario sapere su Google**, e come è necessario agire **per raggiungere la prima (o le prime) posizione** in classifica con il proprio sito? Per avere alcune utili **“dritte” e orientamenti** in tal senso, consigliamo di leggere il breve ma interessante **articolo “Business e posizionamento sui motori: la scelta giusta”**, pubblicato sul sito www.fullpress.it, fonte della notizia.

PORTALI UE

La Commissione europea potenzia l' "Internal Market Information System" per rafforzare il Mercato Unico

La Commissione Europea ha potenziato l' **Internal Market Information(IMI) System**, il **servizio on-line**, disponibile in tutte le lingue europee, che consente agli utenti di **contattare le autorità responsabili all'estero e comunicare direttamente con loro** utilizzando una serie di domande e risposte standard già tradotte.

Quali sono gli obiettivi dell' IMI? L' **IMI** consente alle autorità nazionali, regionali e locali di comunicare velocemente e facilmente con le loro controparti degli altri stati membri dell'UE, per esempio per portare avanti una pratica mediante dei professionisti stranieri o verificare che un servizio transnazionale rispetti tutte le regole di sicurezza, ed offre una serie di servizi per i cittadini, come il riconoscimento di un diploma straniero in brevissimo tempo.

La Commissione punta ad **allargare l'IMI ad altre aree importanti** della legislazione comunitaria, ad esempio **l'e-commerce**, per offrire servizi migliori per i cittadini e le imprese europee, che contribuiscano a stimolare la crescita economica.

Per ulteriori informazioni sul servizio on line, consultare il seguente **indirizzo web**: http://ec.europa.eu/internal_market/imi-net/

Fonte: Bridgeconomies

Your Europe: il portale unico delle Pmi europee

Le imprese che vogliono operare in maniera attiva nel mercato unico europeo hanno a disposizione il **“Your Europe Portal”**, il portale unico europeo per le PMI, progettato per fornire **assistenza su tutte le attività di un'impresa interessata ad agire in ambito europeo**.

Il portale riporta infatti tutte le **informazioni offerte dall'UE su e per le PMI**: dai *consigli pratici* ai temi delle *politiche comunitarie*, con l'indicazione dei *punti di contatto locali* ed i *collegamenti a reti*.

Tra i dati più importanti, è possibile avere una **visione completa su**: *finanziamenti europei, appalti pubblici, i programmi a sostegno delle imprese* nel processo di internazionalizzazione, la *ricerca di partner commerciali* e le principali *normative europee*.

Your Europe rappresenta una vera e propria **guida** nelle **seguenti tematiche**:

- **Start-up**;
- **Amministrazione** (*clienti, tasse, personale*);
- **Espansione** (*partner, filiali, fusioni, internazionalizzazione*);
- **Mercato Europeo** (*Mercati, servizi, concorrenza, contratti pubblici*);
- **Ricerca e innovazione** (*Nuove idee, proprietà intellettuale*);
- **Business sostenibile** (*normative ambientali, welfare, sostenibilità*);
- **Finanza**;
- **Exit strategy** (*vendita, liquidazione, bancarotta*).

Per conoscere e utilizzare i servizi del portale visitate il seguente link: http://ec.europa.eu/youreurope/business/index_en.htm

Fonte: Bridgeconomies.eu

SOCIAL NETWORKS

Utilizzo dei social network ai fini di marketing: i-dome mette on line 6 guide

La **redazione di PMI-dome.com** ha pensato di offrire ai lettori uno **spazio settimanale riservato all'uso dei social network** come strumento marketing per il business.

Per **sei settimane consecutive** viene quindi data la possibilità di leggere, sulle pagine del sito, *sei differenti guide*, una a settimana, dedicate all'approfondimento delle piattaforme *Facebook, Twitter, YouTube, MySpace, LinkedIn ed Email Marketing*.

Ogni guida è concepita per offrire un'immediata autonomia operativa su come raggiungere **cinque differenti obiettivi**:

- *Creare il canale distributivo social*;
- *Aumentare la visibilità del brand*;
- *Procacciare i potenziali clienti*;
- *Consolidare il parco clienti già acquisito*;
- *Dialogare con i clienti nel post-vendita*.

Obiettivi da realizzare, ovviamente, con gli strumenti messi a disposizione da ognuna delle piattaforme di social network già citate.

La **prima guida**, finalizzata ad approfondire le modalità di impiego di **FACEBOOK** ai fini di social marketing, è disponibile, introdotta dalla presentazione dell'iniziativa, alla pagina: <http://www.i-dome.com/articolo/17076-II-marketing-su-Facebook.html>

La **seconda guida** è dedicata ad un altro sistema "social", molto diverso da Facebook, comunque molto in voga al momento, ovvero **TWITTER**: <http://www.i-dome.com/articolo/17168-.html>

La **terza guida** presenta le opportunità di **MYSAPCE**, "uno spazio interattivo dove le esigenze di business possono esprimersi ed interfacciarsi con un pubblico giovane ed internazionale":

<http://www.i-dome.com/articolo/17365-.html>

Fonte: i-dome.com

Facebook: ora sì che "i mercati sono conversazioni"

In un articolo di Francesco Forestiero l'analisi del "Cluetrain manifesto" (la Bibbia del Marketing Mix) e della sua attualità anche in relazione ai nuovi strumenti web a disposizione delle aziende

"*I mercati sono conversazioni*": è questo l'assioma della prima delle 95 tesi del **Cluetrain Manifesto**, il "libro dei libri" per il web marketing, da molti oggi considerato il vero e proprio punto di riferimento del marketing 2.0.

Scritto nel 1999 da *Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls e David Weinberger*, il manifesto si sviluppa in 95 tesi di marketing che rivoluzionano il vecchio concetto di mercato come insieme di segmenti e quote di vendita, mettendo **al centro di tutto la persona**, l'essere umano perché, come scrivono gli autori, "*Non siamo spettatori, né occhi, né utenti finali. Siamo esseri umani*".

Nonostante i suoi 12 anni di vita, il Cluetrain è ancora e sempre di più al centro delle strategie del Web Marketing e considerato come la **Bibbia del "Marketing Mix"**, dove Prodotto, Prezzo, Punto vendita e Promozione (le famose 4 P) rappresentano le leve "chiave".

L'**attualità del Manifesto** è avvalorata e accreditata oggi dalla capillare **diffusione** e dal massiccio **utilizzo** da quei canali di comunicazione e di collaborazione che sono i **social network**.

Una interessante e "illuminante" analisi del Cluetrain Manifesto e dell'**attualità delle sue 95 tesi** di marketing anche e soprattutto **in relazione all'uso "business" dei social network**, è presente in un **articolo** scritto da **Francesco Forestiero** per **i-dome.com**. Da leggere, senza dubbio.

Per accedere all'articolo **CLICCA QUI**.

Fonte: i-dome.com

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Agenzia delle Entrate: un nuovo software per combattere l'evasione

Si tratta di un applicativo in grado di analizzare i dati locali dei contribuenti. Lo scopo: evitare i rischi fiscali

L'**Agenzia delle Entrate** si affiderà a **Facebook** per **prevenire e contrastare l'evasione fiscale**. Ciò avverrà tramite una **nuova tecnologia software** che consentirà di controllare i contribuenti, in pratica un applicativo in grado di analizzare differenti tipologie di dati locali, provenienti dalle principali banche dati pubbliche, e di elaborare informazioni da incrociare con le stime dall'Anagrafe tributaria.

La nuova metodologia di indagine consentirà di **definire** in maniera più precisa il **quadro socio-economico delle singole province** lasciando alle

diverse agenzie operanti sul territorio la possibilità di offrire servizi mirato per il cittadini.

Le agenzie territoriali potranno usufruire di **dati e parametri economici classificati per aree tematiche**, rendendo possibile una analisi puntuale della realtà della propria area di competenza, con particolare riferimento alla **distribuzione dei contribuenti** e al loro **tenore di vita**.

Questo sarà utile per **scoprire** in maniera precisa e rapida **eventuali rischi per la fiscalità** e per **intervenire anche in via preventiva**.

Fonte: i-dome.com

Toscani all'estero: la Regione lancia un blog dedicato

Un modo per rafforzare la comunità toscana all'estero, ma anche uno strumento a favore di opportunità economiche e di investimento

E' nato il **blog dei toscani all'estero**: una sorta di agorà virtuale in cui condividere pensieri, esperienze e idee. Un luogo, sempre aperto, di dibattito e riflessione, semplice ed accessibile.

Un blog dove **segnalare opportunità ed investimenti nel mondo per le aziende toscane**, ad esempio.

Un blog dove si potrà anche **raccontare la propria storia** o quella del nonno o bisnonno, che ha lasciato la Toscana in cerca di fortuna o per avventura e, perchè no, postarvi come in un album di famiglia anche foto e video.

Un blog **per parlarsi on line ancora più velocemente** e per **essere sempre tutti informati su attività, eventi, bandi ed altre notizie utili**.

Un blog per confrontarsi pure su un'eventuale **organizzazione più snella dei toscani all'estero**, che permetterebbe forse di utilizzare in altro modo il 35% di risorse fino ad oggi speso in rappresentanza. In fondo la grave crisi economica rende necessario semplificare organismi e processi decisionali e le nuove tecnologie e la comunicazione digitale possono venire in soccorso in questo sfrozo di razionalizzazione dei costi.

Il **primo obiettivo** del blog, voluto dalla **Regione** e realizzato dalla **Fondazione Sistema Toscana** che cura il sito www.toscaninelmondo.org, sarà sicuramente quello di **ampliare l'immagine, già forte, della Toscana nel mondo**, facendo dei 120 mila toscani che vivono fuori Italia (e degli ancor più numerosi discendenti) tanti 'ambasciatori', anche di **opportunità economiche**.

Ma il blog servirà anche a **riannodare fili** a volte un po' sfilacciati e a valorizzare ancora di più la rete delle associazioni, con uno strumento diffusissimo tra i giovani ma comodo ed accessibile non solo a loro, in modo da facilitare una partecipazione attiva di tutte le comunità.

Nel blog c'è anche un **form** da riempire per realizzare una sorta di **'censimento' dei toscani nel mondo**, le loro storie e i loro profili. E a breve ci sarà anche una piattaforma che ospiterà **corsi on line**: il primo a disposizione riguarderà la ricca e prelibata cucina toscana, attraverso un percorso multimediale pieno di curiosità sul patrimonio enogastronomico dei diversi territori.

Fonte: NoveToscana.it

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Anticipazioni del rapporto Assinform 2011. Mercato Ict in ripresa, ma rimane il distacco dal resto dell'Europa....

Presentata a Milano l'anticipazione del Rapporto Assinform 2011. IT IN LENTA RIPRESA: 2010 - 1,4%; stima 2011 + 1,3% ma il gap con l'estero si approfondisce....

Il **mercato ICT italiano mostra segnali di ripresa**, ma il ritmo di crescita è **ancora lento** rispetto all'andamento internazionale.

E' questo, in sintesi, il dato emergente **dall'anticipazione del Rapporto Assinform 2011** presentato lo scorso 9 marzo a Milano dal Presidente, Paolo Angelucci.

L'anticipazione del Rapporto 2011 evidenzia che, dopo la flessione del 4,2% del 2009, nel 2010 il settore ha segnato una flessione del 2,5% per un valore di mercato pari a 60.230 milioni di euro. **Per il 2011**, invece, le stime indicano un **trend sostanzialmente stabile**, con una flessione stimata nello 0,1% a 60.207 milioni.

Le novità del mercato Italia 2010 sono state, essenzialmente: una forte diffusione di tecnologie, un +2,8% del fatturato hardware, un 0,6% software middleware, + 15,7% di Pc venduti, 428.000 tablet venduti, raddoppio 4 milioni degli smartphone,, +6,9% degli accessi broadband, un 49% di famiglie connesse a banda larga e un +7,4% del fatturato servizi internet.

Questo ha permesso di **recuperare sulla forte flessione del 2009**, ma non abbastanza da colmare il **gap con l'estero**, che addirittura **si approfondisce**: nel 2010 la crescita media del mercato ICT in Europa ha infatti registrato + 1,2%, nel mondo addirittura il 4,9 %.

Da qui il **grido di allarme** lanciato dal Presidente Angelucci che ha chiesto al Governo *"una vera politica di sviluppo per l'intero settore"*, in particolare *"il sostegno ai processi di aggregazione delle Pmi, il credito d'imposta su Ricerca e Sviluppo, la diminuzione dell'Irap e la piena e veloce attuazione del Codice dell'Amministrazione Digitale, vera chiave di volta dell'innovazione del Paese"*.

Buone, comunque, **le stime di Assinform e Net Consulting per il 2011**, stime che indicano il consolidamento della domanda IT, con una crescita annua prevista intorno a + 1,3%. La crescita avrà come **fattori di spinta la domanda di software** (1,6%) ed i **servizi informatici** (0,6%).

Le potenzialità esistono, quindi. Ma, come sottolineato da Angelucci *"Per far crescere il Paese e aumentare l'occupazione qualificata occorre sviluppare il made in Italy tecnologico a supporto dell'export e dell'innovazione dell'industria e dei servizi"*.

Tutti i dati e le statistiche relativi all'anticipazione del Rapporto Assinform 2011 sono disponibili nel **Comunicato Stampa Assinform**.

Fonte: www.lastampa.it, comunicato Assinform

I siti e-commerce raggiungono il 75% degli utenti online in Europa

//

Lo scorso gennaio oltre **270 milioni di utenti unici in Europa** hanno visitato **siti di e-commerce**, rappresentando il **74,5% di tutti gli utenti online**, con un **aumento di 8,5 punti** percentuali rispetto all'anno scorso.

I siti e-commerce mostrano un'elevata diffusione nei singoli mercati, raggiungendo almeno il 75% di tutto il pubblico online in 7 su 18 mercati europei. Nel 2010 circa una sessione Internet su dieci in Europa ha incluso una visita a un sito e-commerce.

Sono alcuni dei dati di uno **studio sull'e-commerce in Europa** diffusi da **Comscore**, società attiva nella misurazione del mondo digitale.

Nel Regno Unito la categoria e-commerce ha raggiunto l'89,4% di tutto il pubblico online (+6,3% rispetto all'anno scorso), la più alta penetrazione rispetto ad ogni altro mercato europeo. **La Francia** si posiziona al secondo posto con una reach dell'87% (+10,5%), seguita dalla **Germania** con l'82,1% (+9%). Irlanda e Paesi Bassi chiudono la classifica dei mercati con la penetrazione più alta, dove l'e-commerce raggiunge l'80,7% della

popolazione online in Irlanda (+15,8%) e l'80,2% nei Paesi Bassi (+4,9%).

Irlanda e Russia hanno visto la crescita piu' elevata per quanto riguarda la **diffusione dell'e-commerce** in Europa, dove entrambi i mercati guadagnano il 15,8%. Con 40,6 milioni di utenti provenienti da siti e-commerce nel mese di gennaio, la Germania rimane il maggiore mercato europeo per la categoria, seguita da Francia e Regno Unito con, rispettivamente, 36,6 e 34,6 milioni di utenti unici. Nel 2010 circa **una sessione Internet su dieci in Europa ha incluso una visita a un sito e-commerce**.

A gennaio 2011, gli utenti online nel **Regno Unito** hanno mostrato il **piu' alto tasso di coinvolgimento nella categoria e-commerce**, con una media di 84,1 minuti passati su siti di commercio via web. **La Francia** viene subito dopo, con una media di 83,2 minuti, seguita dalla **Turchia** con 73 minuti. Nel complesso, gli europei hanno passato in media poco meno di un'ora per utente su un sito e-commerce.

All'interno dell'e-commerce, **la sottocategoria con la penetrazione maggiore** del mercato e' quella di **confronto tra i prezzi**, che ha raggiunto il 31,6% del mercato europeo nel mese di gennaio 2011, grazie a Bing Ciao e Shopzilla. **I siti di abbigliamento** si trovano al secondo posto invece, con una reach del 28,4% e seguiti da quelli di **elettronica** (27,1%).

Per quanto riguarda il **tempo speso**, i siti di abbigliamento sono al primo posto, con i consumatori europei che passano in media 23,3 minuti su questo tipo di siti nel mese di gennaio. I siti di abbigliamento hanno anche la piu' alta percentuale di pagine viste nella categoria, con il 21,6% di pagine visitate nella categoria e-commerce in quel mese.

Uno sguardo ai cinque mercati con la penetrazione maggiore nell'e-commerce dimostra che sia rivenditori locali che internazionali costituiscono una porzione significativa del traffico dell'e-commerce. L'inglese Home Retail Group, il retailer di lusso francese Groupe Ppr, la societa' di cataloghi tedesca Otto Gruppe, e il rivenditore olandese Bol.com appaiono tra i primi siti in questi mercati, accanto ad Amazon e Apple. Lo scorso anno, alcuni tra i primi siti e-commerce hanno visto una crescita importante nelle visite in piu' mercati.

Fonte: ADNCRONOS

PORTALI ISTITUZIONALI

On line il nuovo portale del Ministero dello Sviluppo Economico

E' da poco online il **nuovo portale internet** del **Ministero dello Sviluppo Economico** all'indirizzo: www.sviluppoeconomico.gov.it.

Il sito internet, visibile anche su dispositivi di ultima generazione come I-Phone ed I-Pad, e' stato realizzato con criteri che rispettano i parametri di **accessibilita' ed usabilita'**, nel rispetto della normativa vigente e in collaborazione con l'Iscom (Istituto superiore delle Comunicazioni).

L'interfaccia e' rinnovata non solo nella grafica, nella **struttura** e nei **contenuti** ma offre all'utente - sia esso *un' impresa, un cittadino o un ente* - sezioni in cui e' possibile reperire le **informazioni in modo rapido e semplice**, con utilita' e **servizi interattivi** (*dal Monitoraggio dei prezzi, compresi i carburanti, al confronto delle tariffe assicurative, agli sportelli telematici per le agevolazioni alle imprese*).

Ad aprire il sito internet, realizzato e aggiornato dall'ufficio stampa del Mse, un menu' in cui e' possibile consultare le principali notizie su ministro, Sottosegretario e Dipartimenti. Nella parte sottostante, una copertina con le sei notizie principali della settimana; le altre notizie dipartimentali, invece, si possono reperire nella parte centrale dell'home-page.

Fonte: Adnkronos

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Il sito di Poste Italiane si rinnova.

Il restyling del sito all'insegna di semplicita' nella comunicazione, accesso on line ai servizi, integrazione con il Web 2.0

Il sito delle Poste Italiane - www.poste.it - si è rinnovato. Dal 21 marzo il sito internet si presenta infatti con una **nuova grafica, semplifica la navigazione** per accedere piu' facilmente ai **servizi on line** e si integra con il mondo del **web 2.0**.

Le parole chiave del restyling sono **semplicita' nella comunicazione e facilita' di accesso ai servizi** messi a disposizione online: *pagamento dei bollettini, trasferimento di denaro, invio di Raccomandate e Telegrammi, pagamento dell'Ici, delle multe e del canone Rai, che rendono poste.it un vero e proprio ufficio postale virtuale*.

Poste Italiane ha consultato anche un panel di navigatori internet i cui giudizi e suggerimenti hanno contribuito al restyling". Questo quanto si legge in una nota di Poste Italiane.

"Il sito focalizza immediatamente la navigazione e indirizza il cliente sui prodotti e i servizi di suo interesse, ai quali potra' accedere velocemente cliccando su 'Privati', 'Professionisti e PMI', 'Imprese e Pubblica Amministrazione'. Cambia anche l'impostazione grafica che punta sull'impatto visivo attraverso l'utilizzo di immagini in bianco e nero che, in un contesto innovativo come appunto il sito web, richiamano alle attivita' tradizionali dell'azienda coniugandoli con l'innovazione dei prodotti e dei servizi che fa di Poste Italiane un punto di riferimento per i cittadini e per il Paese", continua la nota.

"Il sito poste.it, con le sue 7.400 pagine, conta oltre 6 milioni di utenti registrati, tra privati e imprese, e viene visitato ogni mese da oltre 5 milioni di persone. Poste Italiane e' su Facebook.

La nuova veste di www.poste.it rappresenta anche un primo passo verso il mondo dei social network, a cominciare dal link verso la pagina istituzionale di Poste Italiane su Facebook (www.facebook.com/posteitaliane) che rappresenta un nuovo modo di gestire la relazione con i clienti e di coglierne le esigenze.

FONTE: ADNCRONOS

APPUNTAMENTI

Aspetti legali dell' e-commerce e contratto on line i temi di due seminari della Camera di Commercio di Lucca. 21 Aprile e 12 maggio 2011 le date.

I seminari, organizzati dalla Camera di Commercio con la collaborazione di Toscana Promozione, si propongono di offrire una **panoramica degli aspetti legali del commercio elettronico**, con la consueta trattazione operativa, con riferimenti a prassi, esperienze, giurisprudenza e casi.

Il tutto improntato alla massima **interattività fra l'esperto ed i partecipanti**, in modo da rendere il più possibile concreto, utile e fruibile il momento informativo.

I due eventi costituiscono un **percorso** che ha l'**obiettivo** di illustrare, per quanto possibile, la **globalità delle problematiche attinenti al "commercio elettronico"**.

Relatore in entrambi gli incontri sarà l' **Avv. Antonio Zama** – Studio LGA Bologna

La partecipazione è **gratuita**

Dettagli :

Seminario "Gli aspetti legali del commercio elettronico. Giovedì 21 aprile 2011. Ore 9:30-13:30

Il seminario è rivolto ad inquadrare le attività di "back office" e i relativi profili legali, indispensabili per avviare e gestire una piattaforma di commercio elettronico

Argomenti trattati

- *Strategia e tattica* del commercio elettronico
- Rapporti con la rete
- . Scenari e case *history*

Seminario "I contratti on line come strumenti di marketing". Giovedì, 12 maggio 2011. Ore 9:30-13:30

Il seminario è principalmente diretto ad esaminare natura, funzioni, contenuto, effetti e ripercussioni di avvertenze, messaggi e contratti pubblicati on line, alla luce di recenti casi.

Argomenti trattati

- Teoria "spicciola" della comunicazione / informazione
- Nesso tra reputazione e cultura della legalità
- Documenti legali: destinatari, linguaggio, responsabilità

Relatore: *Avv. Antonio Zama – Studio LGA-Bologna*

Per ulteriori info e per partecipare rivolgersi a: Camera di Commercio di Lucca-Ufficio Politiche Comunitarie Eurosportello (e-mail: europsortello@lu.camcom.it - Tel. 0583 976.633)

Google Marketing per generare affari. Bologna. Lunedì 4 aprile.

Tutti i segreti per l'ottimizzazione del posizionamento SEO e l'attivazione degli strumenti Google gratuiti e a pagamento per lo sviluppo della propria impresa..

L'evento si terrà **Lunedì 4 aprile** a partire dalle **ore 17 presso Cofimp a Bologna.**

Il tema principale sarà l'**analisi delle opportunità di promozione delle aziende attraverso Google**, ovvero "il più grande mercato al mondo". Dalle tecniche per attivare nuovi contatti e incrementare il numero di clienti al metodo per la fidelizzazione della clientela, dall'analisi di mercato con Adwords Keyword Tools a Google Trends, alla visibilità naturale con Google Webmaster Tools, alla visibilità a pagamento con Adwords e all'uso delle statistiche offerte da Google Analytics.

Tutti i segreti del processo di ottimizzazione del proprio posizionamento sul web saranno svelati da **Fabrizio Barbarossa**, consulente specializzato in Internet Advertising e Innovazione Aziendale autore del volume: "Google Marketing, Guida al mercato più grande del mondo".

L'intervento coprirà i seguenti temi:

- L'importanza del Google Marketing per il business
- Come far vedere la propria azienda su Google
- Come usare il Google Marketing per intercettare opportunità commerciali
- Cosa ha in più il Google Marketing rispetto alla comunicazione tradizionale
- Come far crescere le vostre aziende utilizzando il Google Marketing

La partecipazione è gratuita.

Per iscriversi è sufficiente visitare la pagina Eventbrite dell'evento a [questo indirizzo](#).

Località evento: Bologna - Via di Corticella, 1 - COFIMP

Link ufficiale dell'evento: <http://googlemarketing.eventbrite.com/>

Ottava Giornata della Comunicazione. Udine. 8 Aprile

Tutta dedicata alle nuove **opportunità di business offerte alle piccole e medie imprese dai social media** e dalla mobile communication l'**Ottava Giornata della Comunicazione**, l'evento organizzato dall'agenzia Aipem, che si tiene l'**8 aprile**, al **Castello di Udine**, Salone del Parlamento.

Come è cambiato il modo di comunicare nell'era digitale e quali sono gli strumenti indispensabili per garantirsi la giusta visibilità nel tempo del web 2.0? Quali sono i nuovi codici che è necessario adottare affinché Azienda e Consumatore possano dialogare in modo competitivo e proficuo? E quale fisionomia avrà l'agenzia di comunicazione del futuro? Questi alcuni dei temi affrontati.

Info: Ufficio Stampa AIPEM (Francesca Ferro), tel. 0432.504433, fax 0432.507482, cell. 335.5636359.mail: fferro@aipem.it

Fonte: Primaonline



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