



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 4 del 28/04/2011

EVENTI/FIERE ICT

Digital Economy Forum. Venezia, 11 e 12 maggio 2011

Promuovere l'economia digitale in Italia attraverso partnership fra aziende italiane e americane, conferenze internazionali, programmi di scambio e proposte innovative per sfruttare le potenzialità di internet.

Questo l'obiettivo del **Digital Economy Forum**, presentato a Roma dall'Ambasciatore degli Stati Uniti in Italia David H. Thorne lo scorso 30 marzo.

Il primo grande evento previsto in agenda sarà la conferenza "**Digital Economy Forum**" che si terrà a **Venezia** il prossimo **11 e 12 maggio** e focalizza l'attenzione sulla necessità di creare un **ambiente favorevole alle imprese digitali in Italia**.

Scarica il [programma dell'evento](#)

L'Italia possiede un grande **potenziale** in campo del digitale, ma tale potenziale deve essere fortemente incoraggiato.

L'economia digitale si adatta anche alle **piccole e medie imprese**, spina dorsale dell'economia italiana. L'uso di internet consente loro di ampliare la portata del mercato e aumentare i flussi di reddito, mentre il cloud computing può aiutare le aziende a ridurre i costi e allo stesso tempo migliorare le loro capacità tecniche.

Al Digital Economy Forum parteciperanno i **rappresentanti delle principali aziende mondiali di internet**. Tra i relatori ci saranno Marne Levine, Vice-President per la Politica Globale di **Facebook**, Diego Piacentini, Senior Vice-President del settore Internazionale di **Amazon**, Susan Pointer, Direttore Public Policy e Relazioni Istituzionali **SEEMEA** di Google, Bastien Duclaux, fondatore di **Twenga**. A rappresentare il Dipartimento di Stato americano ci sarà Alec Ross, Consigliere per l'Innovazione del Segretario di Stato Hillary Clinton e principale responsabile della cosiddetta **diplomazia digitale**.

Fonti: unicredit, i-dome.com

INTERNET FESTIVAL. Pisa, 5-8 maggio 2011

Si svolgerà dal 5 all'8 maggio a Pisa, l'**Internet Festival**, una quattro giorni in cui la rete sarà protagonista di eventi **culturali, cinematografici, laboratori educativi, iniziative artistiche e comunicative interamente dedicate al mondo di internet**. **Obiettivo** dell'iniziativa: portare all'attenzione del pubblico progetti e soluzioni legati al settore di internet, privilegiandone l'aspetto innovativo e le ricadute positive sulla società. L'abbinamento tra seminari, workshop, dibattiti di alto valore culturale e scientifico e la possibilità di confrontarsi, incontrare e intrattenersi con il mondo di Internet, fanno di questo festival un **evento unico nel suo genere**.

Il filo conduttore del Festival sarà quello di **percorrere e far percorrere** al pubblico tutti **gli aspetti ed i risvolti culturali, tecnologici, sociali e produttivi di Internet**.

Tavole rotonde, seminari, convegni, incontri saranno l'occasione per parlare dei **temi "caldi" della rete: social network, nativi digitali e molto altro ancora**. Ai temi scolastici e formativi, come la **promozione dell'utilizzo consapevole di internet** e della creatività personale, saranno dedicati **percorsi adatti a studenti di tutte le età** – anche i più giovani – articolati in laboratori interattivi, seminari, mostre, giochi, cartoni e video utili anche a mettere in guardia genitori e figli sui rischi di una navigazione non sicura.

Come nasce il progetto: il progetto dell'Internet Festival è **nato a Pisa**, città che ospita una concentrazione unica di competenze e attività nell'ambito dell'informatica, dalla collaborazione fra *Cnr, Istituto di Informatica e Telematica, Registro.itt, Comune e Provincia di Pisa, Università di Pisa, Scuola superiore Sant'anna, Scuola Normale superiore e Camera di Commercio*.

Il progetto, che ha visto la collaborazione anche del **Festival della Scienza di Genova**, è quest'anno anche l'occasione per celebrare **150 anni di eccellenza scientifica italiana**.

Il sito del festival: <http://www.internetfestival.it/pagina/il-festival/>

Il programma delle quattro giornate di eventi: <http://www.internetfestival.it/pagina/programma-2011/>.

NOMI A DOMINIO

Il dominio ".eu" aumenta la visibilità delle imprese sui mercati

A cinque anni dalla sua creazione il dominio europeo ha raggiunto i 3.5 milioni di registrazioni

"Il nome di dominio internet ".eu" aiuta le piccole e medie imprese (PMI) ad aumentare la loro visibilità sul mercato unico perché fornisce loro

una identità "paneuropea" su Internet".

E' quanto sostiene la Commissione europea a **cinque anni dalla creazione del dominio ".eu"**, accessibile dal 7 dicembre 2005 ai titolari di diritti anteriori, compresi i titolari di marchi e gli organismi pubblici e, dall'inizio del mese di aprile 2006, a tutti i residenti dell'UE e alle organizzazioni aventi sede nell'Unione europea.

Oggi **le registrazioni** hanno raggiunto **quasi 3,5 milioni** ponendo "Dot.eu" al nono posto tra i domini di primo livello più diffusi al mondo ed il quarto posto fra i domini europei.

Per la Vicepresidente della Commissione europea, Neelie Kroes, responsabile dell'Agenda digitale, *"la presenza sul web con un nome di dominio ".eu" conferisce ai singoli individui e alle imprese un'identità europea immediatamente riconoscibile dai potenziali clienti in tutti i Paesi"*. Potenziali clienti, che potrebbero invece essere sospettosi di una società con un dominio geografico sconosciuto.

Fra gli esempi PMI con un dominio ".eu" citati dalla Commissione europea nel suo Comunicato Stampa dedicato al quinto "compleanno" del "dot.eu", ci sono anche le **numeroso piccole imprese locali in Toscana**.

Il dominio ".eu" - precisa Bruxelles - *"non è solo facile da registrare, ma anche facile da gestire in caso di problemi, in quanto funziona in tutte le 23 lingue ufficiali dell'UE"*.

I paesi in cui i nomi di dominio ".eu" sono più diffusi sono **la Germania** (31% del totale), i Paesi Bassi (13%), il Regno Unito (10%), la Francia (9%) e la Polonia (6%). Più di recente, l'utilizzo di ".eu" è aumentato con maggior rapidità nella Repubblica ceca, in Estonia, in Lituania, in Polonia e in Slovacchia.

La gestione del registro ".eu" (la base dati che contiene tutte le registrazioni .eu) è **affidata a EURid**, un organismo indipendente senza scopo di lucro.

Per saperne di più: [Comunicato stampa della Commissione europea](#)

I domini .it in forte crescita, in Italia e all'estero...

Secondo i dati resi noti dall'Istituto di informatica e telematica del Consiglio Nazionale delle Ricerche di Pisa (Iit Cnr), che gestisce il Registro nazionale dei domini ".it", **il 2010 è stato un molto importante per i siti web a "targa italiana"**.

Grazie al "**sincrono**", il nuovo sistema che consente di attivare il dominio italiano ".it" in poche ore, **la media delle registrazioni è salita cresciuta in maniera esponenziale**, passando **da 28mila a oltre 36.000 nuovi domini registrati ogni mese**.

In totale, nel 2010 sono state effettuate 442.000 nuove registrazioni, a fronte delle 339.343 del 2009 e delle 303.757 nel 2008.

Anche nel caso dei domini **".it" registrati all'estero** è stato riscontrato un **notevole aumento**, stimabile intorno al **20%**. Nella graduatoria dei paesi troviamo in testa la Svizzera (+ 1.714%), la Cina (+ 237%) e l'Olanda (+ 132%).

L' Iit-Cnr ha reso noto che dal primo gennaio è **possibile pagare la registrazione** anche con **carta di credito** e che a breve sarà introdotto l' **IDN** (*Internationalized domain name*), sistema che permetterà di effettuare la **registrazione** dei domini **mantenendo intatto il nome della società, dell'associazione o della persona**, utilizzando anche **lettere accentate** e che probabilmente porterà ad un'ulteriore incremento della diffusione degli domini registrati.

Fonti: domini.it e lastampa.it

SOCIAL NETWORKS

Social Web: da Webapp alcune interessanti guide

Webapp mette a disposizione, on line, 4 **interessanti guide** per conoscere ed utilizzare altrettanti **strumenti Web 2.0**:

La **Guida Facebook**:: per conoscere ed utilizzare il più diffuso social network del mondo: dalla creazione e la gestione del profilo, al controllo delle amicizie e della propria privacy. Una guida completa.

La **Guida Twitter**: per imparare ad utilizzare il servizio di micro-blog che ha modificato il modo di comunicare di persone e aziende sul Web. Dalla registrazione alla gestione avanzata dei messaggi.

La **guida Friendfeed**: più di un blog: un aggregatore della propria vita digitale. Il servizio è utile per chi vuol condividere su una propria pagina We i contenuti del blog.

Inoltre la **Guida Privacy su Facebook**, che contiene le regole da seguire e le azioni da evitare per proteggere o rafforzare il trattamento dei propri dati personali su facebook.

Le guide sono tutte disponibili alla pagina: <http://webapp.html.it/guide/>

Fonte: <http://webapp.html.it>

Su Twitter contenuti ed informazioni sono generati da 20mila opinion leader.

Una ricerca Yahoo-Cornwell University rileva che il 50% dei contenuti di Twitter è generata dallo 0,05% degli utenti.

Sono i blogger a decidere di cosa si parla

Secondo uno **studio su Twitter** realizzato da Cornell University e Yahoo! Research, **la metà dei messaggi pubblicati su Twitter** (che come molti sanno è un sistema di microblogging), **è generato da appena ventimila utenti**. Una "elite", considerando che, nel periodo preso in considerazione dallo studio, Twitter contava quaranta milioni di users (oggi sono almeno 200 milioni).

Quindi, in pratica, è lo 0,05% della popolazione di Twitter a determinarne i contenuti.

La ricerca in questione, intitolata **"Who says What to Whom on Twitter"** e resa disponibile su research.yahoo.com/pub/3386, è stata di fatto condotta su un periodo di sette mesi, dal luglio 2009 al marzo 2010 fotografando le caratteristiche e le peculiarità di uno strumento "social" che si è imposto prepotentemente nel sistema attuale della comunicazione "globale".

La ricerca Di Cornell e Yahoo divide l'utenza di Twitter in determinate, **specifiche categorie: le celebrità, i blogger, i media tradizionali, le organizzazioni e le persone comuni**.

Le "celebrità" sono quelle che attirano il maggior numero di pubblico (i cosiddetti *followers*) ma comunque i **maggiori alimentatori** del servizio non sono le star e, pur se in fase di crescita, i media tradizionali. La categoria più "attiva" e vivace è quella dei **"blogger"**: è fra questi infatti che sono stati individuati i 20mila utenti responsabili, da soli, del 50% dei contenuti di Twitter.

Si tratta di un **ristretto gruppo di esperti, giornalisti, trendsetter** che ovviamente non possono avere i followers delle celebrità ma che, messaggio dopo messaggio (si tratta di "micro" messaggi che non possono superare i 140 caratteri) riescono ad **influenzare le discussioni** sul network e a **veicolare con rapidità ed efficacia notizie e info**.

La ricerca analizza in particolare i **"Tweet"** (così si chiamano i post di Twitter) **contententi link a siti web esterni** confermandola natura due tempi della comunicazione su Twitter.

In pratica il messaggio non va direttamente dalla fonte al destinatario finale. Sono i nuovi *opinion leader* di Twitter (i ventimila, per intenderci) che filtrano i messaggi e decidono cosa merita di essere diffuso pubblicandolo sul loro network e attivando una catena di repliche (retweet) che fanno circolare l'informazione.

Secondo la ricerca, i link di maggior successo sono quelli segnalati dall'élite dei blogger perché ottengono più repliche e quindi permangono più a lungo nel sistema.

E' facile capire, a questo punto, la **differenza fra Facebook e Twitter**:

Twitter non è il classico social network come Facebook; si configura invece come uno strumento di informazione ibrido innovativo, in cui tutti, dalla celebrità alla persona comune, possono partecipare liberamente, utilizzando gli stessi identici strumenti (l'account della celebrità è identico a quello del vicino di casa). Esiste però una minoranza, una "élite", **più dinamica**, più presente e carismatica, quindi **in grado di segnare e orientare le direzioni dell'informazione**, che saranno seguite e replicate in massa dagli altri utenti.

Fonte: articolo su LaStampa.it.

SOFTWARE

Sviluppo del software-Usi e clausole. Una guida della Camera di Commercio di Torino

La Camera di Commercio di Torino ha elaborato il documento: "**Lo sviluppo del software: usi e clausole commentate**."

Il documento propone dei **modelli di clausole contrattuali** in materia di sviluppo software. **Ciascuna clausola** è corredata da un **breve commento** il cui scopo è spiegare quali sono i presupposti a partire dai quali si è giunti alla soluzione adottata e quali sono gli effetti che l'inserimento della clausola in un contratto di sviluppo software può produrre sugli impegni assunti dalle parti con la sottoscrizione del contratto stesso.

In alcuni casi sono state predisposte **più clausole per regolare lo stesso aspetto contrattuale**, al fine di fornire uno strumento di lavoro adattabile alle diverse esigenze delle imprese e alle diverse situazioni concrete.

Il commento è formulato con l'intenzione di **consentire al lettore di acquisire gli elementi essenziali per poter in autonomia modificare eventualmente le clausole suggerite**, adattandole alle proprie specifiche esigenze.

Per completare il quadro della materia, il documento prende in esame anche gli usi provinciali nel settore ICT.

Altre info:

alla redazione della guida hanno collaborato due gruppi di lavoro coordinati da docenti universitari, un legale, nonché rappresentanti delle Associazioni di categorie, Unione Industriale e Api di Torino. Anche singole imprese hanno accettato di collaborare condividendo la loro conoscenza del mercato e la loro esperienza commerciale.

I modelli di clausole contrattuali, già approvate dal tavolo di lavoro costituito a livello nazionale presso Unioncamere sono stati sottoposti all'approvazione dalla Commissione Nazionale per la redazione di contratti-tipo e di pareri sulle clausole inique, a seguito della quale le clausole saranno pubblicate anche nella banca dati di Unioncamere così da garantire la diffusione a livello nazionale delle stesse. Per maggiori informazioni è possibile visitare il sito www.contratti-tipo.camcom.it.

Fonte: Camera di Commercio di Torino

ULTIME DALL'UE

Commercio elettronico: il Parlamento europeo vota emendamenti per tutelare gli acquisti on line. Ma le associazioni europee del commercio elettronico si oppongono.

Le regole proposte imporrebbero, di fatto, eccessivi oneri a carico dei merchant e frenerebbero la crescita dell'intero comparto

Con una risoluzione non legislativa il Parlamento europeo ha votato un testo sugli **acquisti online** che deve tornare ora in commissione parlamentare per trovare subito un accordo (in cosiddetta prima lettura) con il Consiglio.

Gli **emendamenti** approvati mirano ad aggiornare le regole esistenti in materia di **commercio transfrontaliero** per tenere conto della crescita delle vendite su Internet e, se approvata in via definitiva, coprirebbe in pratica **tutti i tipi di vendite**: in negozio, per telefono, per ordine postale e **online**.

Contro le nuove regole **stanno però sollevando le principali associazioni europee** che si occupano di commercio elettronico secondo le quali le norme proposte imporrebbero **eccessivi oneri a carico dei merchant e frenerebbero la crescita dell'intero comparto** ed hanno quindi presentato formale richiesta ai rispettivi Governi affinché non sottoscrivano la proposta europea e invitino piuttosto le Autorità centrali a consultare gli organi di rappresentanza del settore nei vari Paesi prima di legiferare in materia.

Questi i contenuti della normativa proposta.

Secondo il Parlamento, le nuove regole rinforzerebbero i **diritti dei consumatori** alle voci *accesso all'informazione, garanzie di spedizione del bene acquistato, recesso e acquisto di prodotti digitali tramite download*, oltre a garantire una diminuzione del carico amministrativo per le piccole e media imprese.

I nuovi diritti all'informazione dovrebbero anche **eliminare la pratica dei costi nascosti**, spesso aggiunti alla somma finale tramite un sistema di selezione predeterminata di opzioni. In questo modo, si dovrebbe assicurare al consumatore una completa informazione sul prezzo finale prima che la vendita sia conclusa.

Riguardo la **spedizione** del prodotto acquistato, in base alle regole approvate dal Parlamento **un acquisto effettuato a distanza** deve essere **consegnato entro 30 giorni**, limite dopo il quale il consumatore può cancellare l'ordine.

Il commerciante è responsabile di qualsiasi danno o perdita avvenuti durante la spedizione. Il diritto di **recesso** per le vendite a distanza è valido fino a **14 giorni** dopo l'acquisto, con ottenimento del **rimborso** entro i successivi **14 giorni**.

Nel caso di un prodotto che **costi più di 40 euro**, il **commerciante ha anche il dovere di pagare la spedizione, in caso di restituzione.**

Il diritto di recesso è applicato anche alle vendite all'asta effettuate online, sempre più frequenti, diritto che si applicherebbe tuttavia solo nel

caso di acquisti presso un venditore professionista e non un cittadino privato.

Il diritto di recesso **non si applicherebbe invece ai prodotti digitali**, quali musica, film o software, poiché la vendita si considererebbe conclusa al momento dell'inizio del download.

Per evitare di creare un peso burocratico eccessivo per le **piccole imprese**, il Parlamento ha approvato **un'esenzione dalle nuove regole sull'informazione al consumatore per le cosiddette transazioni quotidiane**, cioè quando il bene è consegnato immediatamente.

Per i contratti misti, che includono beni e servizi, entro i 200 euro, l'informazione può essere data oralmente. Per le riparazioni urgenti il diritto di recesso di 14 giorni non si dovrebbe applicare.

Sull'argomento leggi anche l'informativa: http://www.europarlamento24.eu/associazioni-contro-la-direttiva-che-regolera-l-e-commerce/0,1254,76_ART_1516,00.html

Fonte: www.europarlamento24.eu

La Commissione attiva un sito multilingue per far capire se una pratica commerciale è sleale

Il fenomeno delle **pratiche commerciali scorrette** e della pubblicità ingannevole è un tema di centrale interesse per la Commissione europea che non solo ha approvato una **direttiva sulle pratiche commerciali sleali**, ma ha anche attivato un **sito internet** dove i consumatori possono **chiedere aiuto agli enti competenti**, consultare la "lista nera" di comportamenti scorretti, raccontare la loro esperienza e **segnalare altri casi**.

La lista nera conta già **31 casi** di abuso ed è possibile verificare se un caso è tutelato dalla legge europea oppure no.

Il sito rende anche disponibili gli **indirizzi delle associazioni di consumatori nazionali** e della **rete dei Centri europei** dei consumatori. Nel momento in cui si verificano le condizioni, è infatti necessario rivolgersi all'autorità nazionale dei consumatori che avvierà la procedura presso il tribunale e potrà eventualmente interrompere la pratica scorretta.

Lo stesso **Parlamento europeo** sta indagando il fenomeno per allertare i consumatori, sempre più spesso vittime di azioni di marketing poco corrette e sta **lavorando su alcune proposte per prevenire il problema**, con particolare attenzione alle nuove forme di pubblicità ingannevole, quelle su Internet, che spesso violano la privacy dell'utente a sua stessa insaputa.

Per ulteriori informazioni consultare il sito http://www.isitfair.eu/index_it.html

(fonte: www.europarlamento24.eu)

WEB MARKETING

Siti web: l'impatto del colore sul comportamento dei visitatori

Nella comunicazione visiva la **scelta di colori giusti** ha una **grande importanza** ai fini del successo della **strategia di marketing**, quindi ai fini del business. Fra i molti fattori che influenzano il comportamento dei consumatori, quello dei colori uno dei principali in termini di capacità e forza di impatto.

La spiegazione di come la percezione del colore impatti e condizioni il comportamento dell'acquirente, è ben illustrata nell'articolo di Lisa Guerrini pubblicato da ilgiornale.it.

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

Fonte: ilgiornale.it

eMarketing: sempre più aziende scelgono i social network per farsi pubblicità

Vari recenti studi mettono in evidenza come i **social network** siano attualmente **lo strumento più utile e più utilizzato** per e dalle imprese **per promuovere il proprio brand** e la propria attività. In pratica per farsi pubblicità.

Lo confermano, ad esempio, lo studio "**Small Business Search Marketing Survey**", condotto negli Usa da American Express OPEN e da Search Engine Marketing Professional Organization (SEMPO) ed una analoga recentissima ricerca (febbraio 2011) realizzata da **MerchantCircle**.

Per dettagli [leggi l'articolo](#) pubblicato da Supercom.it

SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

In un video l'impatto del web sull'economia italiana

Lastampa.it mette a disposizione un interessantissimo video-segnalato dalla redazione di Agenda digitale – che racconta **Internet in Italia**. Internet visto soprattutto come grande **opportunità di crescita economica e sociale**.

Il video è disponibile alla pagina:

http://www.lastampa.it/_web/CMSTP/tmplrubriche/giornalisti/grubrica.asp?ID_blog=2&ID_articolo=1169&ID_sezione=734&sezione=

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Da Toscana Promozione una newsletter on line per il settore turistico

Turismo News è la newsletter mensile (gratuita) che Toscana Promozione riserva agli operatori del settore.

Curata da ECONSTAT – Strategia per l'Industria turistica - la pubblicazione contiene **novità e aggiornamenti** su: *commercializzazione e canali distributivi, tendenza della domanda, ricettività, trasporti, orientamenti sugli strumenti di webmarketing*

Attualmente è **on line il numero di Marzo**. Gli operatori del settore possono leggerlo e scaricarlo dalla pagina web:

http://www.toscanapromozione.it/view_news/159/tourism-news-on-line-il-numero-di-marzo.

Fonte: toscanapromozione.it

Energia rinnovabile. Upi lancia un sito per promuovere esperienze italiane

Dal 30 marzo scorso e' on line, all'indirizzo <http://pattodeisindaci.upinet.it>, il sito Upi sul Patto dei Sindaci, l' **iniziativa europea** che ha l'**obiettivo di promuovere e sviluppare la diffusione delle energie da fonti rinnovabili**.

Il sito, unico in Italia, **raccoglie e sistematizza tutte le informazioni, le buone pratiche, le normative europee e nazionali del settore** ed e' diretto a **favorire la collaborazione** tra istituzioni locali, nazionali ed europee e le forze economiche.

"E' uno strumento strategico - commenta il responsabile ambiente dell'Upi Piero Lacorazza, Presidente della Provincia di Potenza - perche' consente di comunicare in tempo reale tutte le novita' che riguardano gli strumenti comunitari a disposizione delle amministrazioni per potere accedere ai fondi che l'Ue riserva alle rinnovabili. Una necessita' che ci e' stata piu' volte segnalata dalla stessa Commissione, che ha lamentato una scarsa promozione in Italia delle informazioni su questi strumenti.

Attraverso il web vogliamo contribuire a sostenere un nuovo modello di sviluppo: per questo vorremmo che il sito diventasse un punto di riferimento per tutte le istituzioni europee, nazionali e locali, e per tutti i soggetti impegnati sul fronte dell'energia e dell'ambiente - associazioni, imprese, forze politiche e sociali.

Da Unioncamere Nazionale una banca dati on line gratuita sui contratti tipo. Per un mercato trasparente ed equilibrato

Nella banca dati sono presenti interessanti contratti tipo e pareri anche per chi acquista e vende on line

30 contratti-tipo, 6 pareri sulle clausole inique e 3 codici di etica commerciale, raccolti in una **banca-dati nazionale on-line** liberamente consultabile nel portale web tematico www.contratti-tipo.camcom.it e a disposizione sia del **piccolo imprenditore** così come del **semplice cittadino** consumatore.

E' quanto **Unioncamere Nazionale** ha messo a punto in collaborazione con l'Autorità Antitrust, le associazioni dei consumatori e delle imprese e il supporto di alcuni ordini professionali e grazie al progetto nazionale sui contratti-tipo e le clausole inique sviluppato dalle Camere di commercio italiane per la realizzazione di un mercato sempre più equilibrato e trasparente.

Principale **obiettivo del progetto** è quello di **prevenire**, per quanto possibile, **condotte fraudolente e contenziosi tra aziende e consumatori** mettendo a disposizione modelli contrattuali semplificati, privi di clausole inique o squilibrate quindi in grado di garantire una corretta informazione a favore dei consumatori stessi.

Per chi si occupa di e-commerce sono di particolare interesse i **seguenti contratti tipo**:

- "Il contratto-tipo per la vendita on line di beni di consumo";
- "Il contratto-tipo di fornitura servizi online";

ed i seguenti pareri:

- parere "sulla vessatorietà delle clausole contenute nei contratti di vendita online di beni di consumo";
- parere "sulle clausole contenute nei contratti per la prestazione di servizi online".

E' comunque **utile consultare l'intera documentazione** della banca dati perché anche per altri settori possono esserci collegamenti con l'attività di compra-vendita on line.

Fonte: Unioncamere nazionale, Governo.it

Da un progetto comunitario un nuovo sito per l'orientamento professionale

L'Agenzia per lo Sviluppo Empolese Valdensa – www.asev.it - ha recentemente lanciato un **nuovo sito per l'orientamento professionale**: www.supportolavoro.it, sviluppato nell'ambito del **progetto WBS** - Web Based Jobsearch Support - cofinanziato dall' Unione Europea nell'ambito del programma comunitario "Education and Culture" e coordinato dalla stessa agenzia.

Obiettivo del progetto è di sviluppare e sperimentare un **sito di social network** destinato alle **persone che cercano lavoro e/o che desiderano sviluppare la propria carriera professionale**, fornendo un approfondito **servizio di informazione** .

Il progetto coinvolge un **partenariato di 6 diverse strutture europee** che si occupano di formazione professionale, **orientamento e sostegno alla ricerca del lavoro e tecnologie informatiche** in *Italia, Spagna, Repubblica Ceca, Polonia, Bulgaria e Slovenia*.

Il sito del progetto - www.supportolavoro.it - è rivolto a tutti coloro che desiderano:

- identificare i loro obiettivi professionali;
- contattare potenziali datori di lavoro;
- impostare una ricerca di lavoro efficace;
- entrare in contatto con altri utenti del sito o consulenti di orientamento per uno scambio di esperienze e/o trovare possibili soluzioni ai bisogni descritti sopra.

Il portale non si limita soltanto a fornire informazioni ma offre anche agli utenti **numeroso esercitazioni di autovalutazione** e uno **spazio interattivo di discussione** tra utenti per lo scambio di reciproco sostegno e di esperienze.

Inoltre un **gruppo di moderatori** formato da consulenti di orientamento di ogni paese partner **offre supporto agli utenti** e li guida nella navigazione del portale. Sono attivi anche **forum tematici specifici per gruppi di utenti** (es. adulti con età superiore a 40 anni, persone che vogliono avviare una propria attività imprenditoriale, neolaureati ecc).

Una volta collegati, **gli utenti possono utilizzare il sito come se fosse un loro spazio web personale** utile a riunire tutte le informazioni necessarie alla ricerca del lavoro: il loro profilo professionale destinato ai potenziali datori di lavoro, il C.V., i risultati delle proprie esercitazioni, annunci di lavoro, spazio blog.

Con il portale turismo.intoscana.it in Toscana il turismo è sempre più "2.0"

In un recentissimo incontro tenutosi a Prato per illustrare la nuova "governance" turistica promossa dalla Regione, l'assessore al turismo Cristina Scaletti ha sottolineato l'**importanza del web per la promozione delle risorse e dell'offerta turistica**.

"Il 60 per cento dei turisti prenotano sulla rete" ricorda la Scaletti **"Il 90 per cento on line almeno si informano. Prima lo facevano con il pc.**

Oggi hanno preso il sopravvento telefonini e palmari".

E' la nuova frontiera, che la Toscana comunque sta già presidiando seguendo la filosofia dei social media. E' in quest'ottica, infatti, che si colloca la **piattaforma www.turismo.intoscana.it**, gestita dalla Fondazione Sistema Toscana, attraverso la quale sono messe a disposizione dei turisti "web 2.0", **moltissime applicazioni**:

dai **parchi ai musei del vino**, dalle **pinacoteche** agli Etruschi, dai **sapori toscani** alle **curiosità** dei mille borghi a volte sconosciuti.

Ci sono anche veri **tour virtuali**: per vedere prima i luoghi dove si ha intenzione di organizzare una vacanza.

C'è **"Tuscany Place"**: con la **telecamere del i-phone o del palmare collegato ad internet** si inquadra un monumento o una piazza e sullo schermo iniziano a scorrere tutte le informazioni su quell'angolo di città, sul borgo, su cosa visitare o dove mangiare.

C'è **"Talk tu Tuscany"**, dove i turisti si fanno domande si rispondono tra loro, un modo intelligente attraverso il quale gli ospiti del nostro territorio possono scambiarsi itinerari e consigli.

E poi un **quiz, "A journey in Tuscany"**, già scaricato in pochi mesi da 150 mila persone, molte straniere: cento domande sulla Toscana e i suoi paesi, per conoscerli meglio, per invogliare a visitarli, per spiegare perchè "qui e solo qui", che il nuovo must del marketing turistico. Un gioco un po' sullo stile del "Milionario": ti **puoi far aiutare dagli amici di Facebook** oppure **cercare le risposte** che non sai **su Wikipedia**, l'enciclopedia on line dove c'è già chi sta recensendo, per conto della Fondazione Sistema Toscana, tutta la regione. **In palio video e contenuti**, sulla Toscana naturalmente, ancora più esclusive. Per accrescerne la conoscenza.

Insomma, anche nel settore del turismo, **la Toscana è all'avanguardia, è web, è "social"**.

Fonte: intoscana.it

E' on line "LineaAmica", portale istituzionale di pubblica utilità

Segnalare disservizi, trovare gli uffici più vicini, informarsi sui servizi pubblici.

Oggi questo è più semplice, grazie al «**Portale degli italiani**», la nuova piazza virtuale che si avvale dell'esperienza di **Linea Amica**, il contact center multimediale nato a gennaio del 2009 da un'iniziativa del ministero della Pubblica amministrazione per promuovere e valorizzare i servizi erogati dalla Pa.

Con il nuovo portale l'assistenza diretta al cittadino si evolve consentendo **l'accesso rapido e veloce al mondo della Pubblica Amministrazione**

da un' **unica porta virtuale** per usufruire semplicemente ed in velocità ai vari servizi disponibili.

Gli utenti possono **utilizzare il motore di ricerca** della Pa italiana, www.italia.gov.it (che individua su oltre 1000 siti pubblici validati le informazioni che riguardano la Pubblica Amministrazione); **chiedere assistenza** (via email o chiamando gli operatori di Linea Amica tramite Skype al numero verde 803.001 direttamente dal proprio Pc o via chat); **leggere le informazioni** contenute nell'Enciclopedia che raccoglie le Domande e Risposte più frequenti suddivise per area tematica.

E ancora: **conoscere i diritti** che ogni cittadino può esigere e imparare a metterli in pratica; **accedere ai servizi sul web e scaricare la modulistica necessaria**; **valutare la Pa** attraverso «**Mettiamoci la Faccia**» e "**MiaPA**", il social check-in della Pa che permette con l'uso di un **smartphone per trovare l'ufficio pubblico più vicino**, esprimere la propria valutazione e lasciare un commento sul servizio ricevuto.

È inoltre possibile **segnalare disservizi, suggerire soluzioni** per semplificare le procedure della Pa e **partecipare alle discussioni** attraverso i forum; **informarsi costantemente sulle ultime notizie di pubblica utilità**, consultandole nei formati testo e audio e accedere ai video della PA; sfogliare le Pagine della Pa, una rubrica con oltre 1.700 numeri verdi; **consultare le Mappe della Pa**, che permettono di localizzare gli uffici pubblici.

Fonte: LaStampa.it

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Finanziamenti diretti dell'Unione europea: un nuovo sito informativo

Il **Dipartimento delle Politiche Comunitarie** presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri ha recentemente lanciato www.finanziamentidiretti.eu, il nuovo sito **per orientarsi** in modo semplice ed intuitivo **tra le diverse tipologie di fondi diretti europei**.

Il sito ha l'obiettivo di favorire, attraverso la più ampia diffusione delle informazioni sulle diverse possibilità di ottenere un finanziamento diretto dalle istituzioni europee per il settore d'interesse, una maggiore e più qualificata partecipazione ai programmi da parte della cittadinanza e in particolare da parte di *enti pubblici, organizzazioni non governative, privati, studenti, imprese, università e liberi professionisti*.

www.finanziamentidiretti.eu è un'iniziativa che il Dipartimento Politiche Europee ha realizzato in collaborazione con la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione Locale (SSPAL) e l'Istituto Europeo di Pubblica Amministrazione (EIPA).

I SITI PER TUTTI

Moduli.it

Si tratta di un **sito di pubblica utilità** dove è possibile trovare una grande quantità di modelli, lettere commerciali, schede utili, certificati, reclami, ecc.

Una volta trovato il modulo di interesse, è sufficiente compilare gli appositi campi previsti e scaricare, visualizzare o farsi spedire via email, il PDF già pronto per la stampa.

Alcune servizi e sezioni sono diventate a pagamento, ma ad esempio le **autocertificazioni, i modelli degli enti pubblici, i moduli forniti dagli utenti e tanti altri ancora sono gratuiti**.

Link: Moduli.it

Fonte: sitinuovi.it

Biblioteca Italiana: on line i testi della letteratura e della cultura italiane

Biblioteca Italiana è una biblioteca digitale di testi della tradizione culturale e letteraria italiana, promossa e gestita dal 'Centro interuniversitario Biblioteca italiana telematica' (CIBIT), per opera della sua unità attiva presso l'Università di Roma La Sapienza, e da 'Testi Italiani in Linea' (TIL). Biblioteca Italiana è aperta alla lettura diretta di tutti i suoi testi in .html e ne rende possibile lo scaricamento gratuito nei diversi formati standard (.pdf, .rtf, .txt, .sgml), previa registrazione gratuita.

Link: Biblioteca Italiana

Fonte:sitinuovi.it

APPUNTAMENTI

Security all-in-one: dalla teoria alla pratica. Al via il roadshow Soiel

Soiel International organizza un roadshow sulla sicurezza che prevede tre tappe, PADOVA (13 aprile NH MANTEGNA - Via Tommaseo, 61), MILANO (3 maggio - NH CONCORDIA Via Luciano Lama, 10 - Sesto San Giovanni), FIRENZE (5 maggio - HOTEL LONDRA - Via Jacopo Da Diacceto, 18/20).

La serie di incontri denominati "**Benvenuta content security: protezione e-mail, dati e web all in one**" sarà dedicata allo studio e all'analisi dei rischi che le imprese corrono, in vista dell'evoluzione che anche le piccole aziende stanno verificando a favore dell'uso di sistemi cloud, social network e mobile work.

La priorità imprescindibile naturalmente è quella di **proteggere le proprie informazioni da attacchi esterni e interni**, rendendo allo stesso tempo i dati aziendali disponibili per i propri dipendenti sempre in movimento. I "tradizionali" sistemi di sicurezza non sono più efficaci contro questo nuovo tipo di minacce, si rende quindi necessaria l'adozione di soluzioni uniche in grado di far fronte a tali minacce con sistemi all-in-one garantendo al contempo l'efficacia necessaria.

Le Unified Content Security possono essere in grado di identificare, classificare e comprendere il flusso di informazioni e riconoscere le minacce più avanzate per proteggere i dati aziendali senza rinunciare alle potenzialità che internet e social network possono offrire.

Durante il ciclo di eventi **sarà possibile per le aziende partecipanti apprendere come:**

- *unificare in un'unica infrastruttura la protezione web, e-mail e dati*
- *proteggere i dati sensibili aziendali rendendo più sicura l'interazione tra dispositivi mobile e server aziendali ottimizzando tempi e qualità di lavoro*
- *disporre di una soluzione fruibile on the cloud, on-premise o in modalità ibrida*
- *gestire in modo più semplice e migliorare tutti i processi legati alla sicurezza abbattendone i costi della stessa e il TCO delle piattaforme dedicate alla security in azienda*

La partecipazione all'evento è **gratuita**.

La brochure relativa all'evento di Padova può essere scaricata da [questo indirizzo](#).

Fonte: I-DOME.COM

Forum digital Media Tecnologie, aziende e consumatori fra nuovi valore e relazioni digitali. Milano 25 maggio

Il primo evento interattivo e multimediale che connette la comunità dei partecipanti in sala con la comunità digitale.

Il **forum**, organizzato in collaborazione con [IlSole24Ore.com](#), approfondirà le **tematiche più attuali** legate all'universo digitale.

Sarà possibile intervenire prima e durante le sessioni dell'evento **dai principali Social Network** (Facebook, Twitter e LinkedIn).

Nel corso del forum verrà **presentato un sondaggio sul nuovo consumatore web 2.0**.

Questi i temi trattati:

- *La rivoluzione digitale in Italia: trend di mercato e impatti sul business*
- *Il consumatore "digitale" e l'e-commerce*
- *Diritto digitale e innovazione: le nuove sfide*
- *Le nuove frontiere dell'entertainment: le opportunità tra contenuti digitali, gaming on-line, videogaming e declinazione crossmediale*
- *Tablet, smartphone, Internet Connected TV ed e-book*
- *Pubblicità e Branding in Internet*

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

Per **iscriversi** deve essere compilata la scheda di registrazione on line: [SCHEDA DI REGISTRAZIONE](#)

Per **maggiori informazioni**: www.formazione.ilsole24ore.com/digitalmedia

Fonte: Sole24ORE

Seminario "I contratti on line come strumenti di marketing". Lucca, Camera di Commercio. 12 maggio 2011

Avrà luogo giovedì, 12 maggio, presso la Camera di Commercio di Lucca, il seminario "**I contratti on line come strumenti di marketing**".

L'evento, organizzato dalla Camera di Commercio in collaborazione con Sprint Toscana, è principalmente diretto ad esaminare natura, funzioni, contenuto, effetti e ripercussioni di avvertenze, messaggi e contratti pubblicati on line, anche 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 sarà l'Avv. Antonio Zama dello Studio LGA-Bologna

Informazioni, programma e scheda di adesione on line sono disponibili sul sito della Camera di Commercio alla pagina web:

http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=370

Per eventuali contatti: Ufficio Politiche Comunitarie Eurosportello (e-mail: europsortello@lu.camcom.it - Tel. 0583 976.633)

BIBLIOTECA

Marketing conversazionale

Sono molte e molteplici le sfide legate ai nuovi fenomeni del web, quei fenomeni chiamati **Facebook, Twitter, FriendFeed, Foursquare**. Sfide che consistono nel dover gestire migliaia di "amici-clienti", nel diramare notizie su iniziative di business in messaggi di appena 140 caratteri (twit) oppure nel creare una rete integrata di contatti fra diversi social media.

Di fronte a queste nuove realtà e a queste sfide i manager delle nostre imprese non possono farsi trovare impreparati, ma devono sviluppare le

capacità e la propensione all'innovazione necessarie a gestire la comunicazione con il mercato in tempo reale e in forma pienamente interattiva. Nel libro **"Marketing conversazionale. Dialogare con i clienti attraverso i social media e il real-time web di Twitter, FriendFeed, Facebook e Foursquare"** l'autore, **Luca De Felice**, analizza i rapporti che si stanno instaurando fra le imprese, i dirigenti, i clienti ed i social media. Il libro (206 pagine, prezzo 22 euro) è edito dal Gruppo 24Ore.
Fonte: Nova24Ore



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