



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 6 del 29/06/2011

E-COMMERCE

Merci contraffatte on line: accordo fra industria e piattaforme Internet

Importanti piattaforme Internet come eBay e titolari di diritti provenienti da molteplici settori dell'industria hanno firmato un **protocollo d'intesa sulla vendita di merci contraffatte in Internet**, in occasione di una cerimonia ospitata dalla Commissione europea lo scorso 4 maggio.

L'accordo è stato sottoscritto, fra l'altro, da **organizzazioni** appartenenti all'**industria dei beni di largo consumo** e da quelle operanti nella produzione di **beni di lusso, vini e alcolici, giocattoli, articoli sportivi, elettronica di consumo, film, software e giochi**.

Il protocollo conferma l'impegno dei titolari di diritti e delle piattaforme Internet a collaborare nella lotta alla vendita online di merci contraffatte.

[Leggi il protocollo d'intesa](#) (in lingua inglese).

Fonte: UAMI

Ricerca eBay: gli ultrasessantenni comprano sempre di più on line

Addio mercatino rionale: **gli ultrasessantenni comprano online**.

E' questa la realtà fotografata da una **ricerca interna di eBay.it** secondo la quale risultano essere circa **700mila gli utenti attivi che superano i 60 anni**. I nonni, quindi, iniziano a guardare alla rete per i loro acquisti online, grazie anche all'evoluzione che eBay ha messo in atto negli ultimi tempi.

Se le aste rimangono nel dna del sito di ecommerce per eccellenza, sono ormai decisamente **di più le inserzioni a prezzo fisso (ben il 90%)**, con conseguente **semplicità nella fase di acquisto**, anche per chi è meno "tecnologico" per generazione.

In questa speciale classifica **sono gli uomini** a far la parte del leone con una **percentuale del 71%** contro il **29% del gentil sesso**, mentre il **primato a livello regionale** spetta alla **Lombardia** con oltre 96.000 utenti registrati, **seguita dal Lazio**, circa 83.000, e dalla **Toscana** con poco più di 47.000 internauti over 60.

Prendendo in considerazione le **single province**, **Roma supera di gran lunga Milano**, con oltre 68.000 nonni tecnologici contro 52.000.

Al primo posto fra i prodotti acquistati online si trova - sorpresa! - la **categoria del "consumer tech"**, in particolare gli **accessori per cellulari** con un acquisto ogni 5 minuti. La tecnologia è seguita dalle categorie del **collezionismo**, in particolare l'acquisto di cartoline, l'**abbigliamento** (soprattutto maschile) ed infine il **giardinaggio e bonsai**, l'attività preferita di chi ha più tempo a disposizione.

Fonte: Adnkronos

NOMI A DOMINIO

L'ICANN dà il via alla liberalizzazione dei nomi a dominio.

La possibilità di personalizzare i suffissi degli indirizzi internet segna una rivoluzione nel sistema di assegnazione dei domini e nel mondo di Internet

In occasione della riunione annuale tenutasi a Singapore, il cda dell'ICANN - «Internet Corporation for Assigned Names and Numbers» - ha sancito la **liberalizzazione dei "nomi a dominio"** ovvero i suffissi con cui terminano gli indirizzi dei siti.

L'ICANN ha di fatto dato il via libera alla **personalizzazione dei domini** che potranno infatti essere **associati a marchi, nomi aziendali, organizzazioni, soggetti singoli**.

In sostanza gli utenti di internet che decideranno di mettere on line siti e portali potranno avvalersi non solo delle tradizionali estensioni ".com" o ".net" o ".biz", bensì **utilizzare una qualsiasi parola, in qualsiasi lingua**, compreso arabo e cinese. **Una società**, ad esempio, potrà utilizzare un domain name che ricalca il suo **nome**, o il suo **prodotto**, un qualsiasi altro soggetto potrà scegliere il **nome della sua città** (ad esempio ".roma" o ".lucca") e così via.

I **vantaggi ed i risvolti** di questo nuovo sistema sono evidenti. Basta pensare all'utilizzo di **estensioni riferite al prodotto** che di fatto consentiranno di **indirizzare il cliente direttamente al prodotto stesso** con evidenti positivi benefici per il business aziendale.

Siamo di fronte ad una vera e propria **rivoluzione nel mondo di Internet**: a 26 anni dal debutto dell'estensione ".com" (era il 1984...) la decisione dell'ICANN segna infatti una svolta vera e propria nel sistema di navigazione del web: con la liberalizzazione dei nomi a dominio **dagli attuali 22 suffissi** si passerà **ad un numero praticamente infinito**.

Saranno soprattutto le **grandi aziende** a beneficiare del nuovo che consentirà una miglior protezione dei marchi e del resto saranno essenzialmente le grandi aziende che potranno permettersi un dominio "personalizzato": i costi si aggirano intorno ai **185mila euro per l'acquisto del suffisso e 25mila ogni anno per il suo mantenimento**.

Nei casi, inevitabili, di **conflitto di interessi** o di nomi identici per l'assegnazione del dominio si dovrà far ricorso ad **un'asta**.

Gli esperti prevedono che **saranno creati tra i 500 e i mille nuovi domini**, la maggior parte legati a prodotti, società ed a settori di attività («.bank» o «.hotel» «.turism», ecc.).

Il nuovo sistema di assegnazione dei domini sarà **in vigore dal prossimo anno**. Le **richieste** di assegnazione dei nuovi suffissi potranno infatti

essere inoltrate all'Icann a partire dal 12 gennaio 2012 fino al 12 aprile successivo.

Fonti: varie

NORMATIVA

Più diritti e vantaggi per privati ed imprese dalle nuove norme Ue per Web e telefonia. Ma gli Stati membri sono in ritardo nel recepimento

Dal 25 maggio 2011, almeno sulla carta, i cittadini europei dovrebbero beneficiare di **più diritti e servizi** nei settori della **telefonia fissa, mobile e di Internet**.

Entro tale data, infatti, in teoria, tutti gli Stati Membri Ue avrebbero dovuto recepire con normative nazionali interne la Direttiva 2009/136/CE che definisce **le norme in materia di telecomunicazioni** al fine di aumentare la competitività del settore e di offrire migliori servizi alla clientela.

Le nuove norme europee stabiliscono che:

- è possibile **passare da un operatore** fisso o mobile **a un altro senza dover cambiare il proprio numero** di telefono, entro un giorno lavorativo;
- **i contratti iniziali di abbonamento** per i clienti possono avere una **durata massima di 24 mesi** e gli operatori sono obbligati a offrire contratti di 12 mesi; in questo modo i clienti potranno passare più facilmente a un altro operatore in presenza di offerte migliori;
- **le informazioni sui servizi a cui un cliente si abbona devono essere più chiare**. I contratti devono contenere informazioni in merito ai livelli minimi di qualità del servizio. In particolare, gli utenti di Internet dovranno ricevere informazioni in merito alle tecniche di gestione del traffico e al loro impatto sulla qualità del servizio, così come eventuali altre limitazioni (limiti di larghezza di banda, velocità di connessione disponibili, blocco o strozzatura dell'accesso a taluni servizi come i servizi VoIP); i contratti devono inoltre contenere informazioni dettagliate relative ai rimborsi e alle compensazioni offerte qualora tali livelli minimi non siano raggiunti.
- **Deve essere garantita una maggiore protezione contro la violazione di dati personali e lo spam** (e-mail indesiderate) e previsto l'obbligo di avviso in caso di violazione dei dati personali;
- Debbono essere previste **maggiori informazioni e richiesta di autorizzazione per la registrazione o l'utilizzo dei dati** nei dispositivi degli utenti (ad esempio cookies non inerenti al servizio utilizzato in un dato momento,
- **gli organismi nazionali di regolamentazione saranno più indipendenti** e potranno, come estrema risorsa, obbligare gli operatori di telecomunicazioni che dispongono di un potere di mercato significativo a separare le reti di comunicazione e la fornitura di servizi per garantire agli altri operatori un accesso senza discriminazione (senza separare necessariamente la proprietà né imporre la creazione di una società distinta);

Tra gli altri elementi introdotti nel pacchetto figura un **migliore accesso ai servizi di emergenza**, come il 112 (numero unico di emergenza europeo).

Recentemente la **Commissione** ha adottato, sulla base di elementi nuovi contenuti nelle norme aggiornate sulle telecomunicazioni, una **raccomandazione** che indica alle autorità nazionali di **regolamentazione** delle telecomunicazioni **le modalità per disciplinare l'accesso di terzi**, a condizioni di concorrenza, **alle reti ultraveloci in fibra ottica** (note anche come reti NGA, ovvero "accesso di nuova generazione").

La gran parte dei Paesi europei, Italia compresa, è in **netto ritardo nel recepimento della normativa**. Al 25 maggio, termine ufficiale per il recepimento, non si è vista alcuna legge in merito se non in **Danimarca ed in Estonia**, gli **unici Stati membri attualmente in regola**.

La Commissione sta seguendo attentamente l'attuazione delle nuove norme negli Stati membri e si avvarrà dei propri poteri, rafforzati dal trattato di Lisbona, per assicurare che le nuove norme europee siano attuate quanto prima nei sistemi nazionali.

Per aiutare gli Stati membri ad attuare le nuove norme sulle telecomunicazioni la Commissione ha messo a punto **orientamenti su vari aspetti**, come i cookies e il servizio universale.

Fonti: Pore, RapidPress

Garante Privacy: specifico consenso per ogni finalità del trattamento dei dati raccolti sul web

Per l'ennesima volta, il Garante Privacy è stato costretto a specificare che **per ogni finalità del trattamento dei dati raccolti sul web è necessario un specifico consenso da parte dell'interessato**.

In particolare, con provvedimento del 23 marzo 2011, il Garante ha rilevato la **violazione dell'articolo 13 del Codice Privacy da parte di un ente fieristico per l'inidoneità delle informative pubblicate su due siti internet** di titolarità del medesimo, nelle quali era richiesto un **unico consenso per le rispettive e differenti finalità** di:

a) registrazione ad un evento fieristico e promozione e statistica,

b) diffusione e pubblicazione dei dati, trasferimento dei dati all'estero, inserimento dei dati raccolti in liste per l'invio di materiale informativo, pubblicitario e promozionale, di promozione.

Accertata l'illiceità del trattamento, per la mancata acquisizione di un consenso libero, informato e specifico dell'interessato, con riferimento a trattamenti chiaramente e specificamente individuati, **il Garante Privacy ha:**

a) **vietato all'ente l'ulteriore trattamento dei dati raccolti** per l'invio di comunicazioni promozionali, l'attività statistica, la diffusione e il trasferimento dei dati all'estero,

b) **prescritto di modificare i form dei siti aziendali per la successiva raccolta di dati personali dal web** (indicando le differenti finalità del trattamento dati, inserendo la richiesta agli interessati di un preventivo consenso, distinto e facoltativo, per ogni finalità perseguita in relazione al trattamento dati, i soggetti situati all'estero cui sono trasmessi i dati personali).

Il Garante ha di fatto ricordato che

"Un consenso a ulteriori trattamenti di dati personali che l'interessato "debba" prestare quale condizione per conseguire una prestazione richiesta non può definirsi "libero": gli interessati devono essere messi in grado di esprimere consapevolmente e liberamente le proprie scelte in ordine al trattamento dei dati che li riguardano, manifestando il proprio consenso per ciascuna distinta finalità perseguita dal titolare".

Sull'argomento si veda anche:

Garante Privacy: no a profilazione occulta per concorsi online e web radio
Garante Privacy: per profilazione e marketing turistico occorrono due consensi

FONTE: www.filodiritto.com

Diritti dei consumatori: il Parlamento europeo approva nuove norme per gli acquisti on-line

Un diritto a livello europeo per i consumatori a **cambiare idea su un acquisto on-line entro due settimane dal ricevimento del bene**, come pure i **nuovi requisiti** che incombono ai **commercianti online per fornire** agli acquirenti **informazioni precise** sul prezzo totale, la merce ordinata e i contatti del commerciante.

Sono questi i contenuti di alcune delle nuove regole approvate dal Parlamento il 23 giugno scorso.

"Abbiamo voluto regolare principalmente i contratti negoziati fuori dai locali commerciali e quelli online, dove si svolge la maggior parte delle vendite transfrontaliere", ha commentato il relatore del Parlamento e capo negoziatore Andreas Schwab (PPE, DE), il quale ha aggiunto che "la nuova direttiva è quindi un buon esempio di come più Europa porti maggiori vantaggi sia per i consumatori sia per i commercianti. Abbiamo raggiunto un accordo equilibrato che soddisfa sia le richieste dei consumatori sia quelle degli interessi economici".

La nuova normativa, approvata con 615 voti favorevoli, 16 contrari e 21 astensioni, intende rafforzare la tutela degli acquirenti on-line e specificare le regole di consegna e download digitale, riducendo la burocrazia per le piccole e medie imprese.

Le vigenti norme UE sui diritti dei consumatori erano state emanate prima della rivoluzione digitale e **oggi i consumatori sono scarsamente protetti** quando fanno lo **shopping on line**. Le **preoccupazioni per il ritardo** o la **mancata consegna della merce**, nonché la frammentazione tra gli Stati membri di norme a tutela del consumatore, li **trattengono dal fare shopping transfrontaliero on line**. Allo stesso tempo, **le aziende citano le differenze legislative** tra Stati membri come principale **causa della scarsa vendita transfrontaliera**.

I prossimi passi

Dopo il voto finale di oggi in Parlamento, l'ultimo, è **prevista per il mese di luglio l'approvazione formale da parte del Consiglio dei Ministri**. Gli Stati membri avranno un massimo di due anni per attuare le nuove regole.

[I testi adottati saranno disponibili qui](#)

Fonte: Sito web del Parlamento europeo

ULTIME DALL'UE

Quadro europeo per le qualifiche: al via nuovo sito web

La Commissione europea ha realizzato un nuovo [sito web](#) che permette di **conoscere meglio le qualifiche lavorative europee e comparare i vari sistemi nazionali** al fine di **facilitare l'apprendimento permanente** e la **mobilità dei cittadini**, sia **per lavoro** che **per studio**.

Il **Quadro europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente** (EQF) costituisce un quadro di riferimento comune che aiuta a comparare i sistemi nazionali delle qualifiche, dei loro livelli. Esso serve come **strumento per rendere le qualifiche più leggibili e comprensibili tra Paesi e sistemi diversi** in Europa e, quindi, a promuovere l'apprendimento permanente e la mobilità.

Il portale presenta ulteriori informazioni "sull' EQF", contiene **un'ampia documentazione** - tra cui il testo giuridico della raccomandazione sulla costituzione del Quadro europeo delle qualifiche e altri documenti chiave- e **link utili** che permettono di accedere ad altre **fonti di informazione** che possono risultare utili **per la comparabilità delle qualifiche**.

Fonte: PORE

Agenda digitale europea: ad un anno dal suo avvio, il bilancio positivo

La Commissione europea ha pubblicato un **quadro di valutazione** (*scoreboard*) che illustra i progressi compiuti fino ad oggi dall'Unione e dagli Stati membri verso la realizzazione degli obiettivi fissati nell'**Agenda digitale europea** a un anno dal suo avvio.

Neelie Kroes, vicepresidente della Commissione europea e responsabile dell'Agenda digitale, è soddisfatta dello stato di attuazione dell' Agenda ma ha comunque **invitato gli Stati membri**, l'intero settore, la società civile e la Commissione, **a fare di più** se si vuole «*sfruttare appieno il potenziale dell'Agenda per conservare la competitività europea, stimolare l'innovazione e creare posti di lavoro e prosperità*».

Il **bilancio generale** del primo anno di attuazione dell'Agenda digitale è di fatto **positivo**, soprattutto per quanto riguarda l'**uso di Internet**, che coinvolge il **65% della popolazione Ue**.

In **certi settori**, però, i **progressi** registrati sono **inferiori**; parliamo in particolare della **diffusione delle nuove reti superveloci a banda larga** che rappresenta uno dei principali obiettivi dell'Agenda digitale mentresì segnala il potenziamento delle reti esistenti in **rame** e su **cavo**.

Il bilancio annuale analizza i **risultati relativi ai 13 obiettivi fondamentali** dell'Agenda rilevando quanto segue:

- **buoni progressi** nell' *uso regolare di internet, acquisti in linea, servizi di amministrazione in linea e illuminazione a basso consumo energetico*;
- **progressi medi** nella *disponibilità e nell'effettivo uso della banda larga*;
- **progressi insufficienti** nell'*e-commerce transnazionale, nella presenza in linea delle piccole e medie imprese, nei prezzi del roaming e nella ricerca pubblica*.

Andando ad analizzare i **risultati nel dettaglio**,

- l'**utilizzo regolare di Internet** ha registrato un rapido incremento, toccando il 65% della popolazione Ue (l'obiettivo dell'Agenda Digitale europea è raggiungere il 75% entro il 2015).
- **gli acquisti on line** sono effettuati dal 40% dei cittadini europei, compreso il 57% di tutti gli utenti di internet.

- I **servizi on line della pubblica amministrazione** sono fruiti dal 41% dei cittadini, la metà dei quali ha compilato e rinviato all'amministrazione i moduli online di interesse.

- Il **Solid State Lighting** ha conquistato una quota di mercato del 6,2% nel 2010 (rispetto all'1,7% del 2009) segnando un importante passo in avanti verso l'obiettivo di riduzione del 20% dei consumi energetici dovuti all'illuminazione entro il 2020.

- la **banda larga di base** è sempre più accessibile anche nelle zone remote, ma per il momento l'effettiva diffusione e utilizzazione della banda

larga superveloce interessano una minima parte del territorio comunitario, e riguardano principalmente zone urbane.

- **la crescita del commercio elettronico transfrontaliero** nel 2010 è stata scarsa, solamente un +0,7% (dall'8,1% all'8,8%). Siamo quindi ancora molto lontani dall'obiettivo dell'Agenda digitale, che mira a far sì che entro il 2015 il 20% dei cittadini effettuino acquisti on line transnazionali e che vede nella direttiva e-commerce il principale strumento strategico.

- **Le Pmi che comprano on line** sono solo il **26%** ma stanno aumentando, e per quelle che **vendono on line** la percentuale si dimezza esattamente (**13%**)

- **i prezzi del roaming** sono scesi di 1,5 centesimi nel 2010, ma continuano ad essere tre volte più cari delle chiamate nazionali quando in realtà obiettivo dell'Agenda digitale è raggiungere la parità dei prezzi tra chiamate nazionali e in roaming entro il 2015.

Nota dolente riguarda l'ambito della "**Ricerca e sviluppo**", dove la spesa pubblica non ha superato la soglia dei 5,7 miliardi di euro dello scorso anno. L'obiettivo dell'Agenda – ovvero il raddoppio della spesa pubblica a 11 miliardi entro il 2020, richiede un incremento annuo del 6%.

LINK utili:

- **Quadro di valutazione:** [Qui la sintesi grafica degli obiettivi e dei risultati](#)

- **Sito internet dell'Agenda digitale:** http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm

- **Pagina web** del sito dell'Agenda digitale con il profilo di ogni Stato membro e con i dati relativi alla banda larga, all'uso di internet, all'eGovernment e alle tendenze della regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni:

http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/countries/index_en.htm

Fonti: Rapid e Parlamento24

WEB MARKETING

Successo del sito aziendale: l'importanza di una corretta indicizzazione

Uno degli aspetti più importanti del **successo di un sito web**, è quello di una sua **corretta indicizzazione**, tale cioè da consentire che i **motori di ricerca riconoscano e mostrino** ai visitatori che effettuano determinate ricerche, i **risultati più appropriati**.

In particolare può accadere che non tutte le pagine del sito siano state indicizzate e che magari non siano state indicizzate proprio quelle più importanti, fatto che può causare **gravi danni**, anche in termini di fatturato se quello in questione è un **sito di e-commerce**.

Il sito <http://indicizzazione-motori-di-ricerca.it> ha pubblicato un interessante e **utile articolo** che evidenzia **come affrontare una corretta indicizzazione del sito aziendale**, fornendo peraltro le "**dritte**" per verificare quante e quali pagine siano state correttamente raccolte e archiviate durante il processo di indicizzazione.

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

Facebook come strumento per la promozione eno-gastronomica e turistica: il caso del Chianti Classico

Il web è ormai diventato una piattaforma privilegiata per coltivare i propri interessi personali, e **Facebook** in particolare è un consolidato **"aggregatore" di passioni**, capace di riunire persone di tutto il mondo anche intorno ad un amore eno-gastronomico comune.

E' il caso del **Chianti Classico** che, impostando e promovendo una sua **pagina ufficiale** su quello che è ormai riconosciuto come il più famoso sito "social" del mondo, ha conquistato quasi **40.000 fan**, collocandosi al vertice di una ideale classifica delle denominazioni italiane. Il **Chianti Classico**, quindi, **spopola su Facebook**, sia come **denominazione-icona**, sia come **elemento distintivo di un territorio** apprezzato e conosciuto a livello internazionale.

Del resto **Facebook** sta diventando lo **strumento principe** anche e proprio **per la promozione turistica collegata al settore enogastronomico**: il 30% dei viaggiatori amanti del buon bere organizza la propria vacanza nel segno del "wine & food" raccogliendo informazioni e prenotando via web (il 70% rimane per ora fedele ai canali tradizionali, come agenzie, guide etc.).

Ma nel **"mercato" di internet** - in crescita costante a doppia cifra (2 miliardi di utenti nel mondo) - il **turismo è una delle voci più significative** e questo fa riflettere sull'**esigenza** da parte di chi propone offerte di turismo enogastronomico di **rafforzare la propria "immagine digitale"**.

Il 75% degli eno-turisti organizza in anticipo il proprio viaggio, mentre il 25% decide cosa fare una volta raggiunta la meta. Il 58% degli amanti del wine & food sceglie una sola meta, a fronte di un 42% che invece esplora un intero territorio (dati Censis).

Una rapida **fotografia dell'utenza italiana di Facebook**: nel nostro Paese **gli iscritti sono ben 18 milioni**, su 25 milioni di navigatori abituali della rete. Di questi **ogni giorno accedono al social network 12 milioni di utenti**, e 4 milioni lo fanno utilizzando un dispositivo mobile. **Gli uomini sono in leggera maggioranza**, con il 54%, mentre la divisione per fasce di età vede **primeggiare la fascia di età compresa tra i 35 e i 54**. Solo il 18% ha un'età inferiore ai 17 anni.

A livello mondiale Facebook, a 7 anni dalla sua nascita, ha superato la soglia dei **600 milioni di utenti**.

Fonte: Nove. Firenze.it (<http://www.nove.firenze.it/vediarticolo.asp?id=b1.05.31.14.13>)

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

L'Inps apre una pagina su Facebook dedicata al riscatto della laurea

Da alcuni giorni sul social network più popolare - **Facebook** - è disponibile una **pagina tematica dell'Inps** dedicata al **riscatto della laurea**.

L'iniziativa è stata realizzata dall'Istituto in occasione della Giornata per la diffusione della cultura previdenziale tra i giovani. **L'operazione del riscatto della laurea è oggi più semplice** rispetto al passato: oltre ad essere consentita anche a chi non lavora, è particolarmente vantaggiosa per chi ne fa richiesta da subito.

Per informazioni: www.inps.it.

Fonte: Formez

Come destreggiarsi nei rapporti con le banche: on line un manuale della Camera di Commercio di Prato

Orientarsi fra mutui e finanziamenti, destreggiarsi fra i **servizi bancari**, capire **come investire** al meglio i propri risparmi o come **difendersi contro eventuali truffe**.

Sono alcuni dei temi che il **nuovo manuale telematico "Tutti in Banca!"**, realizzato dallo **Sportello Consumatori della Camera di Commercio di Prato**, ha l'obiettivo di rendere di facile comprensione a tutti coloro che nel proprio quotidiano devono rapportarsi con il mondo del credito e delle banche.

La nuova e quarta pubblicazione della collana telematica **"I Manuali del consumatore"** - nata allo scopo di riunire e rendere fruibili le numerose informazioni presenti all'interno delle banche dati dello Sportello Consumatori - ha deciso di **raccogliere informazioni, link utili e consigli in pillole** sulle molteplici e talvolta **complesse relazioni** che intercorrono nella vita di tutti i giorni fra i consumatori e le banche.

Nelle precedenti guide sono stati trattati temi legati al mondo delle vacanze, dell'automobile e degli alimenti.

I manuali, periodicamente aggiornati, sono consultabili sul sito camerale www.po.camcom.it, nella sezione Servizi al consumatore.

Info: [Ufficio Stampa - Prato](#)

Fonte: CCIAAPrato

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Come il "fattore Internet" sta trasformando l'economia italiana

Internet fa crescere le imprese

Per conto di Google, BCG, ha realizzato il rapporto **"Fattore internet, come internet sta cambiando l'economia"** finalizzato a quantificare **l'impatto reale dell' "Internet economy" nel nostro Paese**.

Secondo il rapporto in Italia, **nel 2010 internet è cresciuto molto** grazie all'aumento della *familiarità della popolazione con i nuovi media, l'impulso dato dalla pubblica amministrazione* che inizia ad erogare molti servizi tramite la rete e *l'aumento delle velocità di connessione*.

Nei prossimi anni questo **trend positivo potrebbe proseguire** supportato da un ulteriore **rafforzamento dell'e-commerce e dall'affermazione del m-commerce**, le transazioni realizzate con dispositivo mobile.

L'Italia è infatti in pole position per diffusione ed utilizzo di dispositivi mobili ed è logico pensare che l'uso del web e gli acquisti passeranno sempre più **attraverso smartphone e tablet**.

Il rapporto, nel dettaglio, stima il valore attuale e potenziale dell'Internet economy: **nel 2010 questa valeva 31,6 miliardi di euro, pari al 2% del Pil quando**, solo un anno prima, il valore complessivo si attestava intorno ai 28,8 miliardi di euro (l'1,9% del PIL). Per avere un termine di paragone e farsi un'idea più precisa, nello stesso periodo agricoltura ed utilities **valevano il 2,3% del PIL e la ristorazione il 2%**.

La crescita stimata nel periodo 2009-2015 è tra il 13% ed il 18%. Se queste previsioni saranno rispettate l'Internet economy potrebbe arrivare a valere, nei prossimi 4 anni, **tra il 3,3 ed il 4,3%** del PIL nazionale.

Per quanto riguarda i **benefici economici di internet per le imprese** il rapporto analizza i vantaggi diretti derivanti dalle vendite, ma anche quelli indiretti come le vendite realizzate nei punti vendita tradizionali a seguito di ricerche condotte online, il b2b, l'e-procurement (beni acquistati on line dalla pubblica amministrazione per un importo di circa **7 miliardi di euro nel 2010**) i risparmi per i consumatori, stimati in media del 20% a transazione, o ancora i benefici sociali e i vantaggi in termini di taglio di costi e tempi per le imprese.

L'impatto di Internet sulle imprese viene analizzato distinguendo le imprese in **3 categorie**:

- **imprese attive online** ovvero che hanno un sito ed effettuano azioni di marketing virtuali e di e-commerce
- **imprese online** ovvero che hanno un sito ma non realizzano azioni di marketing e di e-commerce
- **imprese offline**, cioè imprese che non hanno nemmeno un sito web

Dei tre gruppi sono **le imprese attive on line** quelle che, negli ultimi tre anni, hanno tratto i **maggiori ricavi (+1,2%** nell'ultimo triennio contro il **-2,4%** di quelle online e del **-4,5%** per quelle offline), che hanno registrato **maggior produttività** (il **65%** contro il **28%** di quelle online ed il **25%** delle offline) che hanno registrato una **maggior incidenza di vendite all'estero** (**15%** contro l'**8%** delle on line e il **4%** delle offline) e un più marcato **incremento del personale** (il **34%** contro l'**11%** delle offline).

Parlando del fronte occupazionale, il rapporto rileva un crescente bisogno di nuovi profili e professionalità: **community manager per social network, esperti di siti, gestori di portali di e-commerce**.

Per quanto riguarda le **iniziative di marketing**, in testa alle preferite dagli intervistati compaiono la **pubblicità sui motori di ricerca e l'ottimizzazione della posizione sui motori stessi**. Seguono la pubblicità via email e lo sviluppo di pagine sui social network.

L'Italia, insomma, è un paese con **buone prospettive di crescita**.

Il processo di crescita dell'e-commerce è già molto evidente, ma potrebbe addirittura subire un ulteriore, rapido incremento nei prossimi anni e le **maggiori prospettive di crescita** potrebbero proprio giungere dall' **m-commerce**.

Inoltre, se è vero che l'Italia è penultima in Europa per **Indice di Intensità Internet** per motivi legati all'uso e alla diffusione della banda larga, è anche vero, comunque, che nel nostro Paese l'e-commerce sta crescendo più che altrove (**+14% nell'ultimo anno**).

Per lo sviluppo della Internet economy in Italia si rilevano quindi **tre priorità** :

1. le piccole imprese hanno significative opportunità di crescita ma **devono spostarsi online e creare offerta utilizzando gli strumenti offerti dal Web** per sviluppare il proprio business anche a livello internazionale.
2. è necessario **sviluppare modelli ad hoc** per l' **m-commerce**, applicazioni per più piattaforme e georeferenziazione considerato che in Italia il settore dei dispositivi mobili presenta prospettive, margini e quindi opportunità quasi unici nel mondo.
3. diffondere **una educazione e una cultura digitale**. I **comportamenti dei consumatori e delle aziende italiane può essere guidato attraverso iniziative mirate a rimuovere gli ostacoli alla diffusione di Internet e a trasmettere messaggi sulla sicurezza dei pagamenti on line ma anche con l'aumento dei servizi on line della Pubblica Amministrazione**

Fonti: Rapporto BCG, Spazio Impresa

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Marchi comunitari: un servizio on line per le copie certificate

Dal 10 maggio è stato introdotto un **nuovo servizio online** che consente agli utenti di ottenere copie certificate generate automaticamente di **certificati di domanda e di registrazione di marchi dalla banca dati CTM-ONLINE**.

Questo **nuovo servizio**, analogamente a quello già disponibile per l'ispezione pubblica dei fascicoli, è **gratuito** e si prevede che consentirà di **ottenere velocemente ed efficacemente copie certificate**.

Infuturo, le copie certificate dei moduli di domanda di marchi o di certificati di registrazione di marchi **verranno generate e scaricate automaticamente mediante un link** diretto della detail page di CTM-ONLINE e da Online Access ai fascicoli dei marchi per un determinato marchio comunitario.

Per **ulteriori informazioni** vedere l'articolo presente in [Alicante News di aprile](#).

Fonte: UAMI

Navigare su Internet all'estero: consigli e soluzioni per risparmiare

Quando si **naviga all'estero** con la chiavetta internet spesso si spendono **cifre molto alte**.

Un articolo pubblicato da [ildottoredeicomputer.com](#) elenca alcuni **consigli per risparmiare**, in particolare evidenzia un utile **servizio** (e relativo link) che **consente di vedere**, nel Paese di destinazione, **le offerte locali** per accedere ad Internet e di **confrontare le varie tariffe**

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

Fonte: ildottoredeicomputer.com

Creare modelli di fattura: semplicissimo, con il sito invoiceTo.me

InvoiceTo.me è un interessante sito che fornisce a ditte individuali o professionisti con partita IVA un **servizio per creare con facilità modelli di fattura da salvare in formato PDF**.

InvoiceTo.me fornisce un'interfaccia molto intuitiva su cui operare con semplicità per generare le proprie fatture, sostituendo direttamente online i dati e le cifre di esempio con quelle reali. **Un clic su 'get PDF'** salverà il documento in formato PDF.

Per chi non ha grosse esigenze, InvoiceTo.me, può essere un **utile servizio**, peraltro **completamente gratuito**.

Link: [InvoiceTo.me](#).

Fonte: sitinuovi.it

Me on the web: il nuovo servizio di Google che avvisa quando scrivono di voi sul web

Il servizio si può rivelare un utile strumento a tutela della "reputazione digitale"

Il tema della **"reputazione"**, sempre esistito, a torto o ragione, in qualsiasi epoca e contesto sociale, ha assunto, nell' **era di internet**, una **dimensione "globale"**, ovvero senza limiti e confini, tanto da evidenziare con forza la **necessità di un controllo** finalizzato alla sua tutela. Questa esigenza può contare oggi su un **nuovo strumento** messo a punto dal motore di ricerca **Google**, che ha recentemente lanciato **Me on the Web**, un servizio che consente di **essere puntualmente informati** quando il proprio **nome o indirizzo di posta** vengono menzionati su Internet.

Il funzionamento del servizio è identico al sistema di **Alert** previsto su Gmail, che invia un messaggio con link e liste di notizie o articoli pubblicati su un argomento specifico, di qualunque genere.

Anche **gli avvisi di "Me on the Web"** si possono ricevere ogni volta che il nostro nome viene intercettato dal motore di ricerca, o **con cadenza giornaliera o settimanale** (forse più opportuna, in quanto meno "stressante").

Quello della **reputazione on line**, come più volte evidenziato e argomentato anche dall' **Avvocato Antonio Zama** nei seminari informativi organizzati dalla Camera di Commercio di Lucca sulle tematiche legali connesse alle attività in Internet, **non è un tema da sottovalutare**.

Intanto è bene sottolineare che **i primi artefici della propria reputazione digitale siamo noi stessi**.

Parlando di imprese presenti sul web queste devono sempre tener presente quanto ci insegna **Gianluca Diegoli** attraverso **le tesi** del suo famoso manuale di marketing ([www.minimarketing.it](#)) ovvero **che Internet è di fatto il paradigma del controllo diffuso** (pensiamo ai dipendenti, collaboratori, potenziali partner commerciali, clienti, fornitori, concorrenti) e che quindi **la prima cosa da curare**, nell'ambito della propria attività (dentro e fuori dal web) sono la **trasparenza**, la **correttezza**, la **diligenza**.

Il far propria e rispettare rigorosamente **questa cultura della correttezza e legalità** di per sé **tutela ampiamente** l'impresa e la sua reputazione digitale (e non). Il rendersi inattaccabili rende più difficili e improbabili gli attacchi esterni.

E' pure vero, però che il **cliente malintenzionato**, il **concorrente sleale**, il **collaboratore disonesto** possono sempre cercare di **intaccare l'immagine** anche dell'azienda più "integrata".

Ecco allora la possibile utilità di strumenti quali "Me on the web", che possono aiutarci a controllare il modo ed i termini in cui gli altri parlano di noi per tutelare la nostra reputazione e la nostra privacy, fermo restando che **il comportarsi correttamente ed in trasparenza rende sicuramente più facile e semplice difendersi**.

APPUNTAMENTI

Seminario: "Nuovi fenomeni e scenari on line: rete vendita, concorrenza, marketing, privacy, reputazione e responsabilità" Lucca, 22 settembre 2011

Il seminario, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca grazie alla collaborazione di Toscana Promozione, è diretto ad affrontare ed approfondire alcune specifiche tematiche legali di interesse per le aziende attive nel commercio elettronico, con l'obiettivo di cogliere, in particolare, le prospettive, gli scenari e le soluzioni cautelative.

L'evento fa parte del percorso "I giovedì dell'e-business" che ha l'obiettivo di illustrare, per quanto possibile, la globalità delle problematiche attinenti al "commercio elettronico".

Argomenti trattati

- Novità giurisprudenziali di interesse per l'azienda on line
- Gestione dei rapporti con la rete vendita in presenza di commercio elettronico

- Rapporti con rivenditori non facenti parte della rete vendita
- Tutela della privacy in internet
- Profili di privacy delle attività di web marketing: spamming, profilazione, cookies
- Reputazione on line
- Responsabilità dei titolari e gestori di siti, blog e forum

Orario: 9:30 - 13:30

Relatore: Avv. Antonio Zama (Studio LGA Legal - Bologna)

Maggiori informazioni e scheda di adesione on line sono disponibili sul sito camerale alla pagina web:

Contatti: Ufficio Eurosportello (eurosportellolu.camcom.it / tel. 0583 976.633)

Seminario "La tutela della proprietà intellettuale e industriale in internet". Lucca, Camera di Commercio, 24 Novembre 2011

Il seminario, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca grazie alla collaborazione di Toscana Promozione, è volto ad esaminare le problematiche connesse alla proprietà intellettuale ed industriale in rete con particolare riferimento ai nomi a dominio ed ai marchi, alla tutela dei contenuti diffusi in rete, alla conformazione del sito internet nonché alle soluzioni tecniche e giuridiche di protezione..

L'evento fa parte del percorso "I giovedì dell'e-business" che ha l'obiettivo di illustrare, per quanto possibile, la globalità delle problematiche attinenti al "commercio elettronico".

Argomenti trattati

- Contrattualistica, avvertenze e disclaimer
- Marchi, segni distintivi e nomi a dominio
- Strategie di protezione dei nomi a dominio e dei diritti industriali
- Diritto d'autore
- Strumenti tecnici e giuridici di protezione

Relatore: Avv. Antonio Zama

Studio Lga - Bologna

Orario: 9:30 - 13:30

Maggiori informazioni e scheda di adesione on line sono disponibili sul sito camerale alla pagina web:

Contatti: Ufficio Eurosportello (eurosportellolu.camcom.it / tel. 0583 976.633)

Sicurezza delle reti e dei sistemi. 5a conferenza internazionale. Milano, 6-8 settembre 2011

Dal **6 all'8 settembre 2011** si terrà a Milano (Italia) la quinta **Conferenza internazionale sulla sicurezza delle reti e dei sistemi**.

Con il crescere del potenziale dei sistemi di attacchi online, è cresciuto anche l'interesse nel campo della creazione di sistemi di difesa distribuiti e collegati in rete più efficaci, intelligenti, adattabili, attivi e ad alte prestazioni.

L'obiettivo della conferenza sarà quello di **fornire un forum** per favorire **l'interazione tra ricercatori e sviluppatori con la comunità della sicurezza delle reti e dei sistemi**, e di offrire ai partecipanti **l'opportunità di interagire con esperti del mondo accademico, dell'industria e dei governi**.

La conferenza riguarderà la **ricerca relativa a tutti gli aspetti teorici e pratici** legati alla sicurezza delle reti e dei sistemi, quali *l'autenticazione, il controllo degli accessi, la disponibilità, l'integrità, la privacy, la riservatezza, l'affidabilità e la sostenibilità delle reti e sistemi di computer*.

Per ulteriori informazioni vedere il sito dell'evento: <http://anss.org.au/nss2011/>

Sviluppare l'e-commerce come opportunità per la PMI – Milano, mercoledì 6 luglio.

Il corso è consigliato a chi intende **lanciare un nuovo sito di e-commerce** e a chi ha bisogno di **promuovere le vendite on line** utilizzando le tecniche del webmarketing.

Il corso è tenuto da **Andrea Boscaro**, autore del volume *"Tecniche di web-marketing"*.

Link all'evento: http://www.adico.it/index.php?option=com_content&task=view&id=4410&Itemid=732

BIBLIOTECA

Facebook: un libro per sfruttare al meglio le potenzialità del più famoso social network

Sono oltre 18 milioni gli italiani che ogni giorno utilizzano Facebook per chiacchierare con gli amici, condividere informazioni e pubblicare foto e video. Ma queste non sono le uniche attività che si possono svolgere con il social network più famoso del mondo.

Per scoprire tutte le **potenzialità e le insidie** che si nascondono dietro uno dei fenomeni sociali più vasti di tutti i tempi, arriva **'Facebook'**, il libro di **Riccardo Meggiato**, edito da **Apogeo**.

In questo volume, l'autore usa un linguaggio colloquiale, fresco e piacevole per spiegare **i trucchi e i segreti su come superare i limiti di Facebook**, 160 pagine con nozioni conosciute finora solo da pochi eletti.

Alcuni esempi: al lettore vengono date le "dritte" su come rendere unico il proprio profilo, aumentare il numero di contatti, eliminare la pubblicità e tanto altro ancora. I contenuti del libro non sono però volti solamente a d accrescere le conoscenze sulle opportunità di FB e scoprirne gli aspetti più nascosti, ma anche quelle necessarie per tutelare la propria privacy e difendersi da eventuali minacce di attacchi da parte di criminali informatici.

Riepilogo info generali sul libro:

Titolo: "Facebook". Autore: Riccardo Meggiato. Editore: **Apogeo**. Data pubblicazione: 2011. Prezzo: € 9.90 (circa) Formato: Libro in brossura, illustrato



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